

PEMANFAATAN WEBSITE *OLX.CO.ID* DALAM HAL MEMBUKA PELUANG MASYARAKAT RW 09 PELA MAMPANG UNTUK MENDAPATKAN PENGHASILAN DENGAN BERTRANSAKSI *ONLINE*

Akbar Muchbarak¹⁾, Ruri Angelia²⁾, Agi Candra Bramantia³⁾

Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer
Universitas Indraprasta PGRI

akbarmuchbarak@gmail.com, ruri.wct@gmail.com, agibramantia@yahoo.com

Abstrak

Dewasa ini peranan internet sangat berarti bagi kehidupan sehari-hari. Baik itu dalam hal penyebaran informasi, kehidupan sosial maupun ekonomi. Namun kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum memahami betul keuntungan-keuntungan yang bisa kita raih dari manfaat internet khususnya dalam hal berbisnis. Masyarakat awam masih banyak mempromosikan barang dagangan mereka dengan hanya menggunakan relasi sekitarnya karena keterbatasan tempat, waktu, dan biaya yang harus dikeluarkan, sehingga hasil yang didapat dari transaksi jual masih belum maksimal. Untuk itu perlu diberikan wawasan tambahan terkait keuntungan-keuntungan yang dapat kita peroleh dari memanfaatkan sebuah teknologi informasi. Selain itu perlu juga diperkenalkan sebuah teknologi informasi berupa iklan baris secara online ataupun e-commerce untuk meningkatkan bisnis mereka. Dalam hal ini kami mencoba menggunakan website www.olx.co.id untuk memperkenalkan salah satu pemanfaatan media internet untuk menghasilkan uang tambahan ataupun meningkatkan penghasilan dari berjualan barang ataupun jasa. Tentunya hal ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian dari penjualan hasil produksi ataupun barang-barang yang tidak terpakai, baik baru maupun bekas yang ada di sekitar.

Kata kunci: Internet, Teknologi, ekonomi, *e-commerce*, *olx.co.id*

Abstract

Today internet is very usefull to our daily life. Whether in terms of information dissemination, social life and economy. But the reality is still a lot of people who do not really understand the benefits we can achieve from the internet, especially in terms of doing business. Ordinary people still promote their product by using only the surrounding relation because of the limitations of place, time, and cost to be spent, so that the results from their sales transaction are not maximized. For that we need to be given additional information of the benefits we can get from utilizing an information technology. In addition it also needs to introduce an information technology in the form of online classifieds or e-commerce to improve their business. In this case we tried to use the website www.olx.co.id to introduce one of the utilization of internet media to generate additional money or increase the income from selling goods or services. Surely this is expected to improve the economy from the sale of products or even goods that are not used anymore, both new stuff or used around us.

Keywords: Internet, technology, economy, e-commerce, olx.co.id

PENDAHULUAN

Dewasa ini peranan internet sangat berarti bagi kehidupan kita. Baik itu dalam hal penyebaran informasi, sosial maupun ekonomi. Khususnya dalam bidang ekonomi, masyarakat awam maupun masyarakat dengan tingkat intelegensi yang tinggi sama-sama memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana bisnis mereka.

Internet adalah sesuatu yang fundamental untuk pemasaran. Banyak website perusahaan yang diurus oleh direktorat pemasarannya. Internet memberikan pengaruh secara radikal bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan pelanggan-pelanggannya dan membangun hubungan dengan mereka. [5]. Sebuah *website* dapat mencerminkan perusahaan/ kegiatan usaha yang diperkenalkannya. *Website* juga berperan sebagai merek (*brand*) yang akan dipasarkan. Salah satunya, *Website* www.olx.co.id adalah media online yang berguna untuk memasarkan produk dan layanan transaksi antara penjual dan pembeli. Sistem pemasaran yang ditawarkan adalah internet marketing. Chaffey [3] mengemukakan istilah internet marketing cenderung mengacu pada perspektif tentang bagaimana internet dapat digunakan secara bersama-sama dengan media tradisional untuk mendapatkan dan memberikan layanan kepada pelanggan dengan dua cara. Pertama, meningkatkan efisiensi dalam fungsi pemasaran tradisional, kedua, teknologi emarketing banyak mengubah strategi pemasaran. Alternatif istilah adalah e-marketing yang dapat dianggap memiliki lingkup yang lebih luas itu merujuk kepada penggunaan teknologi untuk mencapai tujuan pemasaran dan eksternal dan internal perspektif.

Gambaran internet marketing yang ditawarkan oleh olx.co.id seperti halnya

iklan baris pada media cetak. Arifin, dkk menjelaskan iklan baris merupakan salah satu jenis iklan kecil atau mini. Sebutan iklan ini diberikan karena bentuknya yang benar-benar mini. Bentuk iklan ini menampung berbagai pesan yang pada dasarnya dapat dibedakan antara penawaran dan permintaan [2]. Bentuknya hampir mirip dengan iklan baris media cetak hanya saja lebih informatif karena dapat menambahkan gambar dan informasi produk yang lebih banyak dalam bentuk digital. Melalui www.olx.co.id, pengguna dapat melakukan transaksi jual beli dengan mudah dan cepat, serta pelaku bisnis atau masyarakat dapat mempromosikan barang dagangannya keseluruhan penjuru dengan biaya yang sangat murah. Hal ini sangat bermanfaat bagi pelaku bisnis rumahan atau masyarakat umum.

Masyarakat Rukun tangga (RT) 002 dan RT 003 di Rukun Warga (RW) 09 di Kelurahan Pela Mampang merupakan salah satu pelaku bisnis yang sering melakukan transaksi jual beli barang secara umum. Transaksi dilakukan dengan hanya menggunakan relasi sekitarnya karena keterbatasan tempat, waktu, dan biaya yang harus dikeluarkan, sehingga hasil yang didapat belum maksimal. Permasalahan lainnya adalah masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui dan memahami penggunaan media online untuk transaksi jual beli barang. Bahkan masih ada beberapa masyarakat yang belum memiliki pengetahuan di bidang teknologi informasi, khususnya teknologi internet. Oleh sebab itu, penulis ber-inisiatif untuk memperkenalkan media online berupa sebuah sistem jual beli barang secara online dengan menggunakan *website* www.olx.co.id.

Sebagaimana diketahui bahwa *website* www.olx.co.id ini sangat membantu dalam proses jual beli barang, baik barang yang tidak terpakai, baru

maupun bekas. Hal ini juga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat lainnya untuk mendapatkan informasi barang yang dibutuhkan. Masyarakat juga dapat meminimalisasi barang-barang yang tidak terpakai atau bekas dengan menjualnya agar dapat dipakai kembali oleh masyarakat lainnya tanpa rugi untuk membuangnya.

METODE PELAKSANAAN

Fokus dan tujuan kegiatan adalah seputar permasalahan bahwa masyarakat RT 002 dan RT 003 di RW 09 Kelurahan Pela Mampang masih kurang memahami internet dan berbagai cara untuk melakukan transaksi menggunakan media online. Pelatihan dilakukan di hadapan masyarakat dan dirancang dalam dua kali pertemuan pada masing masing RT. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode persentasi, dengan teknik tanya jawab dan simulasi data pelatihan. Kemudian memperdalam materi diberikan contoh dan dibuka kesempatan untuk tanya jawab bagi peserta.

Prosedur dan tahapan pelaksanaan dimulai dengan observasi langsung, kemudian dilanjutkan dengan diadakannya pelatihan. Setelah pelatihan selesai dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan tersebut. Adapapun tahapan untuk observasi adalah sebagai berikut :

1. Survei tempat pelaksanaan kegiatan.
2. Kegiatan pelatihan bertransaksi jual beli barang di website www.olx.co.id dan presentasi melibatkan semua anggota yang sudah mengetahui tentang teknologi dan penerapan yang akan digunakan dalam pelatihan.
3. Pembuatan bahan materi/modul sebagai bekal dalam mengajar dan panduan peserta untuk memahami lebih lanjut tentang materi pelatihan.
4. Jadwal pelatihan yang tentunya disesuaikan dengan agenda

masyarakat RT 002 dan RT 003 di RW 009 Kelurahan Pela Mampang, terlebih dahulu dikoordinasikan dengan kedua belah pihak

5. Koordinasi dalam penyediaan fasilitas pelatihan seperti laptop , internet dan Proyektor.

Setelah dilakukan observasi dilanjutkan dengan diadakan pelatihan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Pelatihan ini mencakup dasar-dasar internet dalam menggunakan website www.olx.co.id, melakukan analisis penggunaan melalui media desktop dan mobile phone untuk menjual atau mencari barang di website www.olx.co.id, Pengolahan hasil penggunaan dan membuat laporan hasil belajar belajar masyarakat mampang. Masyarakat sebagai peserta pelatihan akan mengikuti semua kegiatan pelatihan.
2. Target kuota kegiatan pelatihan ini adalah 40 peserta yang merupakan warga masyarakat RT 002 dan RT 003 di RW 009 Kelurahan Pela Mampang.
3. Pelatihan diselenggarakan dengan perpaduan antara teori dan praktek dengan perbandingan 30 : 70. Sejumlah penelitian membuktikan praktek langsung dapat meningkatkan pemahaman dalam belajar.

Setelah pelatihan berakhir, perlu adanya evaluasi yang dilakukan untuk :

1. Melihat sejauh mana perkembangan hasil yang didapatkan dari pelatihan apakah telah berjalan dengan baik atau belum.
2. Kegiatan pengamatan apakah tujuan dan target dari pelaksanaan pelatihan ini sudah tercapai
3. Membahas tentang kendala-kendala yang mungkin ditemui dalam pelaksanaan atau penerapan dari hasil pelatihan ini.

Untuk bahan dan peralatan yang digunakan dalam program pengabdian ini antara lain proyektor, laptop, internet untuk mengakses website www.olx.co.id, modul cetak sebagai pedoman peserta pelatihan serta alat tulis yang diperlukan selama pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pendahulu

Pada tanggal 11 Maret 2017 masing-masing ketua RT telah mengeluarkan surat izin dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat kepada kami, serta mengajukan proposal pada tanggal 20 Maret 2017. Adapun pengumumannya kami dapatkan pada tanggal 30 Mei 2017. Setelah mendapatkan izin dari pihak mitra dan telah diterimanya proposal, kemudian kami mulai menyusun modul materi pelatihan yang akan dibagikan kepada peserta yang mengikuti pelatihan. Dari data yang diperoleh jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini sebanyak 40 orang dimana satu RT diwakili 20 orang.

Realisasi Kegiatan Abdimas

Program pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada tanggal 13 dan 27 Agustus 2017 di Balai Temu Warga RW 09, Pela Mampang. Program ini bertujuan untuk mengenalkan, memberi pemahaman dan memberikan pelatihan transaksi melalui *website* [olx.co.id](http://www.olx.co.id). Harapan dari kegiatan ini dapat meningkatkan ilmu pengetahuan masyarakat dalam mengelola transaksi jual beli barang, khususnya dalam hal pengolahan informasi yang terdapat pada *website* www.olx.co.id.

Realisasi kegiatan ini dilakukan dalam tiga tahap, yakni tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Tahap pertama adalah tahap persiapan. Pada tahap ini tim melakukan survei pendahuluan pada tanggal 22 Juli 2017 untuk

mengetahui kondisi tempat yang akan digunakan dan kondisi peserta yang akan diberikan pengenalan dan pelatihan media online www.olx.co.id, kemudian menyusun rancangan kegiatan yang akan dilakukan selama abdimas. Tahap persiapan selanjutnya tim menyiapkan bahan ajar beserta sarana dan prasarana.



Gambar 1. Presentasi untuk RT 003



Gambar 2. Makan Bersama RT 003



Gambar 3. Presentasi untuk RT 002



Gambar 4. Presentasi untuk RT 002

Pelaksanaan pelatihan terbagi menjadi 4 hari, Kelompok pertama RT 003 dilaksanakan pada tanggal 12 dan 13 Agustus 2017. Jalannya kegiatan untuk RT 003 dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2 diatas. Sementara pelatihan untuk warga RT 002 dilaksanakan pada tanggal 26 dan 27 Agustus 2017. Pelaksanaannya dapat dilihat pada Gambar 3 dan Gambar 4. Pelaksanaan untuk kedua mitra tersebut berlokasi di Balai Temu Warga RW 09. Materi terbagi menjadi tiga sesi. Tiap sesi berdurasi 160 menit. Adapun hasil dari pengenalan dan pelatihan ini adalah:

1. Masyarakat dapat mengenal internet dan mampu membuat email untuk menunjang transaksi pada website www.olx.co.id sehingga masyarakat dapat merasakan manfaatnya .
2. Masyarakat dapat bertransaksi menggunakan website www.olx.co.id.
3. c. Diketahui dari hasil diskusi dengan warga masih banyak masyarakat yang belum terbiasa melakukan transaksi secara online.

Tahap terakhir dari kegiatan ini adalah adalah tahap evaluasi. Pada tahap ini peserta pelatihan mencoba memasarkan atau membeli produk secara online di olx.co.id. kemudian menganalisis kegiatan secara keseluruhan

Pembahasan Hasil Kegiatan

Dilihat dari hasil pelatihan masih sedikit warga yang terbiasa belanja secara online seperti di olx.co.id. Selama ini masih banyak warga yang menggunakan transaksi secara tradisional. Dimana warga langsung datang ke suatu toko. Padahal jika melihat infrastruktur saat ini akan lebih mudah jika menggunakan transaksi online. Untuk itu tim abdimas melakukan pelatihan yang

mendalam mengenai transaksi jual beli di olx.co.id

SIMPULAN

Dari pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa menggunakan www.olx.co.id sangat bermanfaat untuk para warga. Pelatihan ini, memberikan pengetahuan kepada para warga untuk bertransaksi online. Selain itu dapat memudahkan dalam berinteraksi dengan penjual atau pembeli lebih dekat dan gratis, yaitu dengan hanya melihat www.olx.co.id untuk mencari informasi tentang barang atau kebutuhan yang diinginkan.

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan berjalan dengan baik. Peserta antusias mengikuti acara demi acara. Dimana warga mulai tertarik pada kegiatan transaksi jual beli secara online..

DAFTAR PUSTAKA

- Andryanto, R.D. dan Jony O. Haryanto, J.O. (2010). Analisis Pengaruh Internet Marketing terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Volume 9 (No.1), halaman 20-35.
- Arifin, Z., dkk. (1992). *Pemakaian Bahasa dalam Iklan Berita dan Papan Reklame*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan
- Chaffey, D. dan Smith, P.R. (2008). *E-Marketing Excellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. 3rd Edition. UK: Butterworth

Julisar., & Miranda, E. (2013).
Pemakaian E-Commerce Untuk
Usaha Kecil dan Menengah Guna
Meningkatkan Daya Saing.
ComTech. Vol. 4. No. 2. Desember
2013. Hlm. 638-645

Spica, L. dan Robahi, L.. (2005.)
Penerapan E-Commerce sebagai

*upaya meningkatkan persaingan
bisnis perusahaan*. STIE Perbanas
Surabaya

Sumarwan, U. et al. (2010). *Pemasaran
Strategik (Perspektif Value-Based
Marketing & Pengukuran
Kinerja)*. Bogor: IPB Press