

LAPORAN PENGABDIAN MASYARAKAT



Workshop Membuka dan Mengelola Toko Online Pada E- Commerce Bagi Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi

Oleh:

Elly Mufida, M.Kom (199609156)

Nandang Iriadi, M. Kom (200908568)

Giatika Chrisnawati, S.T, M. Kom (200909653)

**TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA
DESEMBER 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Workshop Membuka dan Mengelola Toko Online Pada E-Commerce Bagi Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi
2. Mitra : Rt 01 Rw 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi
3. Ketua Pelaksana
- a. Nama Lengkap : Elly Mufida M.Kom
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIP : 199609156
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. Program Studi : Teknologi Komputer (D3)
 - f. Email : elly.elm@bsi.ac.id
4. Jumlah Anggota : 3
Nama Anggota : Nandang Iriadi M.Kom
Giatika Chrisnawati S.T, M.Kom
- Mahasiswa yang terlibat : 1 Orang
5. Biaya yang disetujui : Rp.3.800.000,-

Jakarta, 22 Desember 2022

Mengetahui
Rektor UBSI



Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM, M.Pd, IPU Elly Mufida M.Kom

Ketua Pelaksana

Menyetujui,
Ketua LPPM UBSI



Taufik Baidawi, M.Kom

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI	iii
RINGKASAN.....	iv
I. PENDAHULUAN.....	5
II. METODE PELAKSANAAN.....	9
III. LUARAN YANG DICAPAI (<i>OUTPUT</i>).....	12
IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH (<i>OUTCOME</i>).....	12
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	15
LAMPIRAN	17

RINGKASAN

Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi memiliki keaktifan yang tinggi dalam melakukan kegiatan sosial maupun kegiatan-kegiatan lain yang dapat meningkatkan pengetahuan dan taraf hidup warganya. Salah satu antusias yang cukup tinggi dari warga adalah meningkatkan pengetahuan mengenai cara membuat dan pengelolaan toko online untuk dapat meningkatkan kualitas hidup. Kebutuhan warga akan pengetahuan seputar membuat dan mengelola toko online mendapat tanggapan dari ketua RT setempat, dan menindaklanjutinya melalui kegiatan pengabdian masyarakat dengan Universitas Bina Sarana Informatika. Informatika, khusus dalam bentuk workshop dengan tema: membuka dan mengelola toko online. Dari kegiatan ini luaran yang akan dicapai adalah publikasi kegiatan pada media cetak elektronik local pada laman <https://news.bsi.ac.id/amp/2022/10/18/dosen-universitas-bsi-berikan-pelatihan-bisnis-era-digital/>, selain itu berdasarkan hasil pengolahan kuesioner dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini juga telah mencapai target pada peningkatan pengetahuan dan ketrampilan warga dalam mengelola toko online. Dengan penguasaan yang baik dalam mengelola toko online, diharapkan warga RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi dapat meningkatkan kualitas dan taraf hidupnya, dan bagi Dosen yang terlibat, dapat memberikan sumbangsinya kepada masyarakat melalaui salah satu kegiatan tri darma perguruan tinggi.

I. PENDAHULUAN

Peran *e-commerce* memberikan dampak positif terhadap usaha kecil menengah (UKM) di Indonesia. Usaha yang dirintis oleh pengusaha lokal semakin lama semakin beragam sehingga memicu UKM memilih *e-commerce* sebagai pemasarannya [1]. *E-commerce* dibangun dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas suatu proses bisnis dengan pemanfaatan teknologi informasi. Adanya *e-commerce* memberikan kemudahan bagi konsumen. Transaksi jual beli *online* bisa lebih mudah dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja [1]. *E-commerce* secara umum dapat diartikan sebagai transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. Selain itu, *e-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik [2]. Dalam melakukan *E-commerce* penggunaan internet menjadi pilihan favorit oleh kebanyakan orang karena kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet tersebut. Pertumbuhan pasar *e-commerce* di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya, terlebih lagi tahun ini dengan adanya pandemic [2]. Banyak konsumen yang sebelumnya tidak pernah berbelanja *online* kini harus mengandalkan platform belanja digital untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pertumbuhan ini juga tidak terlepas dari perkembangan infrastruktur dan penetrasi digital di Indonesia [2]. Pertumbuhan pasar *e-commerce* di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya, terlebih lagi tahun ini dengan adanya pandemi. Banyak konsumen yang sebelumnya tidak pernah berbelanja *online* kini harus mengandalkan platform belanja digital untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pertumbuhan ini juga tidak terlepas dari perkembangan infrastruktur dan penetrasi digital di Indonesia. *e-commerce* pun menjadi alternatif bagi banyak masyarakat Indonesia untuk mencari dan membeli produk [2].

Marketplace adalah sebuah pasar elektronik yang melakukan kegiatan menjual dan membeli suatu barang ataupun jasa yang meliputi 3 Aspek (b2b, b2c & c2c) dimana B2B (Bisnis to Bisnis) mendominasi sampai 75% di *marketplace* (Andriatie, 2020). *Marketplace* adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi. *E-commerce* merupakan bisnis yang menggunakan ruang virtual sebagai tempat melakukan operasionalnya. Beberapa perusahaan *e-commerce* tersebut ada yang menyediakan ruang untuk para pelaku usaha lain agar dapat menampilkan produknya di website *e-commerce* tersebut. Hal tersebut menimbulkan terciptanya suatu pasar elektronik yang kita kenal dengan sebutan *marketplace*. *Marketplace* merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan [3]. Dalam *marketplace* tersebut setiap pelaku usaha dapat menampilkan produknya untuk

diperjualkan tanpa perlu repot membangun sistem. Adanya *marketplace* tersebut sangat menguntungkan para pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah. *Marketplace* mempermudah pelaku usaha kecil dan menengah tersebut dalam melakukan operasional. Dengan adanya pasar virtual tersebut maka para pelaku usaha hanya perlu memberikan informasi selengkap–lengkap nya tentang produk yang mereka jual di *marketplace* seperti informasi produk, harga, pengiriman dan lain–lainnya [3].

Semakin bertambahnya pengguna smartphone dan akses sosial media dapat dimanfaatkan oleh para pemasar produk untuk mengiklankan dan mengenalkan produk, upaya ini sangat efektif karena dengan begitu cepat informasi yang diberikan dapat di akses oleh pengguna seperti aplikasi sosial media yang sangat sering digunakan seperti Facebook, Instagram, Whatsapp bahkan Youtube menjadi salah satu trend penempatan strategi digital marketing pada saat ini yang di nilai sangat tepat [4]. Dengan melihat peluang pemasaran produk melalui internet dan penggunaan smartphone banyak pihak berlomba-lomba menciptakan peluang kesempatan sebagai penyedia layanan penghubung antara penjual pembeli yang tesistem melalu aplikasi *marketplace* yang sekarang mungkin menjadi fenomena yang luar biasa begitu tinggi pengaruhnya antara penjual dan pembeli dapat di permudahkan dalam segi waktu dan kesempatan, konsumen dapat mengakses aplikasi tersebut dimanapun dan kapapun dengan kemudahankemudahan didalamnya, menembus batas ruang dan waktu pengguna dapat mencari kebutuhan atau keinginanya hanya dalam genggam tangan [4]. Dari dasar fenomena dan peluang yang dilihat pada perkembangan dunia digital marketing dan penggunaan *marketplace* dirasa dapat membantu tujuan peningkatan penjualan pada sektor ritail yang selama ini hanya menyajikan produk dalam bentuk toko atau offline jelas dalam hal ini banyak beberapa fakotr pengaruh dari wilayah ,keterbatasan jarak hal ini dapat dimanfaatkan oleh pemilik untuk memuali mencoba membuka toko *online* mereka [4]. Berubahnya perilaku berbelanja membuat semakin pesatnya pertumbuhan *marketplace* di Indonesia yang dapat mempengaruhi konsumen yang cenderung menyukai belanja *online* karena dianggap lebih praktis, modern, serta dapat dilakukan setiap waktu [5]

1. Analisis Situasi

Lokasi pelaksanaan Pengabdian Masyarakat kali ini bertempat Kedai Joel.ied, Jln Kampus UNKRIS No. 40. RT 01 RW 05 Jaticempaka. Pondok Gede Bekasi 17411, yang sebagian besar warganya sangat aktif dalam kegiatan sosial dan kegiatan-kegiatan pengembangan pengetahuan.

Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka mengelola sebuah kedai bernama Kedai Joel.ied, jln Kampus UNKRIS No. 40. RT001/RW005 Jaticempaka. Berikut adalah pengurus RT 001/RW005 Jaticempaka:

- Ketua : Yosharman Mirman
- Sekretaris : Abu Masykur
- Bendahara : Ahmad Muslim..
-



Gambar 1. Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka. Pondok Gede Bekasi



- Gambar 2. Kegiatan Warga dalam rangka memperingati Kemerdekaan Indonesia ke 77



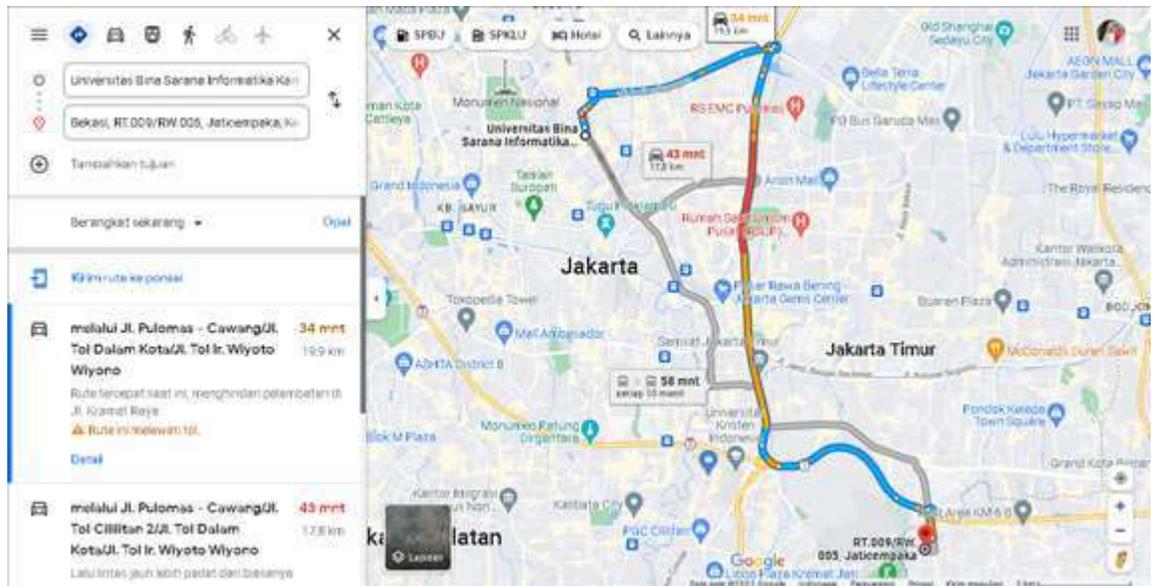
•
•
Gambar 1 Kegiatan Warga dan Anggota Karang Taruna RT 01 RW 05 Jaticepaka. Pondok Gede Bekasi



•
Gambar 2. Kegiatan warga dan Karang Taruna dalam rangka menyambut hari kemerdekaan Indonesia ke 77

2. Peta Lokasi Mitra

Jarak tempuh dari Kampus Universitas Bina Sarana Informatika ke lokasi mitra sekitar 34 menit jika ditempuh menggunakan mobil, dengan jarak $\pm 19,9$ km. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari gambar dibawah ini:



Gambar 5 Jarak tempuh mitra dengan perguruan tinggi

3. Permasalahan Mitra

Berikut permasalahan yang dihadapi oleh mitra:

- a. Menurut informasi dari ketua RT 01 RW 05 Jaticempaka, warganya memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap perkembangan teknologi, khususnya teknologi seputar media sosial dan transaksi penjualan secara *online*.
- b. Adanya permintaan dari warga untuk mengikuti pelatihan mengenai cara membuka dan pengelolaan toko *online*.

Menanggapi masalah yang dihadapi dengan ini diusulkan solusi permasalahan memuat hal-hal berikut

1. Memanfaatkan minat warga RT 01 RW 05 Jaticempaka terhadap perkembangan teknologi untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam mengelola toko *online*
2. Dibuat Workshop Membuka dan Mengelola Toko *Online* Pada E-Commerce Bagi Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka. Pondok Gede Bekasi.
- 3.

II. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan pada Warga RT 01 RW 05

Jaticempaka Pondok Gede Bekasi 17411, yaitu:

1. Tahap persiapan

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka dan mengajukan kerjasama untuk melakukan kegiatan workshop pada Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka. Selanjutnya melakukan persiapan untuk workshop dengan membuat materi Workshop Membuka dan Mengelola Toko *Online* Pada E-Commerce Bagi Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka, menyiapkan kuesioner untuk mengetahui respon dari peserta pengabdian masyarakat, form kehadiran panitia, dan form kehadiran peserta workshop.

2. Tahap pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan pada hari Sabtu, 15 Oktober 2022 di aula pertemuan warga RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi. Tabel 1 merangkum susunan acara kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan.

Tabel 1 Susunan Acara Pengabdian Masyarakat

Waktu	Kegiatan	PIC
08.30 – 09.00 WIB	Persiapan Acara	Tim PM
09.00 – 09.20 WIB	Pembukaan	Ketua pelaksana
09.20 – 11.30 WIB	Penyampaian Materi	Elly Mufida, M.Kom
11.30 – 11.45 WIB	Tanya Jawab	Tim PM
11.45 – 12.00 WIB	Pengisian Kuesioner dan Penutupan	Tim PM

3. Tahap monitoring dan evaluasi.

Pada tahap ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar peningkatan kemampuan peserta setelah dilakukan pelatihan, mitra harus mengisi kuesioner untuk mengetahui bagaimana respon dari peserta pelatihan.

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat kali ini dilakukan oleh 4 (empat) orang Dosen dan satu mahasiswa dari Program Studi Teknologi Komputer Fakultas Teknologi dan Informatika Universitas Bina Sarana Informatika. Adapun pembagian tugas dari tim pelaksana Pengabdian Masyarakat ini sebagai berikut:

Ketua Pelaksana

Nama : **Elly Mufida, M.Kom**

Tugas :

- a. Bertanggungjawab dan merancang program Pengabdian Masyarakat
- b. Melakukan pendekatan kepada mitra
- c. Membuat daftar hadir peserta.
- d. Membuat Proposal PM

Tutor

Nama : **Giatika Chrisnawati, S.T, M. Kom**

Tugas :

- a. Bertanggungjawab dalam mempersiapkan dan menyampaikan materi PM
- b. Mempersiapkan sarana dan media PM dengan baik

Anggota Tutor

1. Nama : Nandang Iriadi, M.Kom

Tugas :

- a. Bertanggungjawab dalam hal dokumentasi selama kegiatan PM berlangsung
- a. Menyusun Laporan Pengabdian Masyarakat
- b. Menyiapkan Kuesioner untuk peserta PM
- c. Membuat artikel kegiatan PM untuk di publish di media masa *online*

Mahasiswa yang dilibatkan pada kegiatan Pengabdian Masyarakat kali ini berjumlah 2 (dua) orang, yaitu:

1. Mahasiswa

Nama : Hendra Bintang Hermanza

NIM : 13200056

Tugas : Mendukung sepenuhnya terhadap kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pengabdian Masyarakat ini akan dilaksanakan pada:

Hari : Minggu

Tanggal : 16 Oktober 2022

Waktu : 08:30 WIB-12.00

Tempat : Aula pertemuan warga RT 01 RW 05 Jaticempaka. Pondok Gede Bekasi

III. LUARAN YANG DICAPAI (*OUTPUT*)

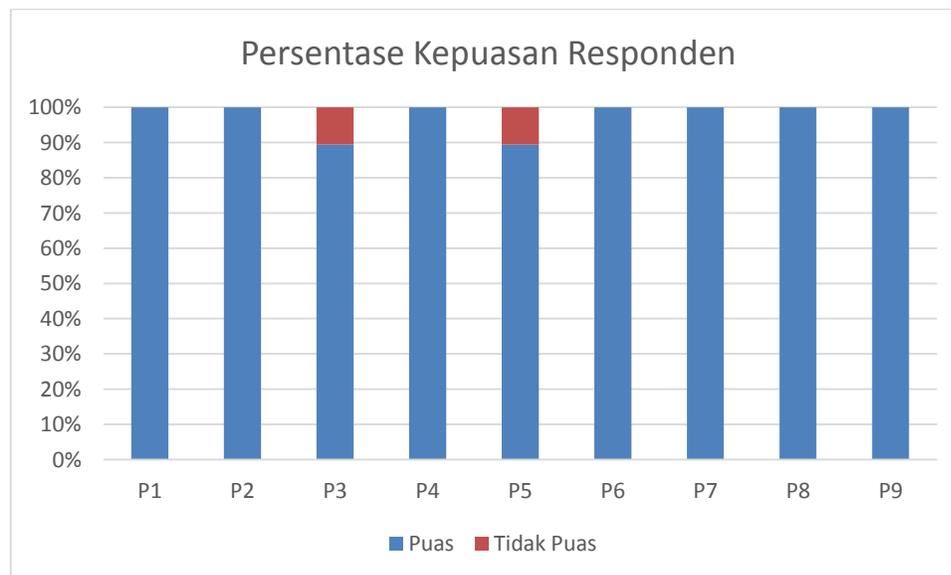
Berikut ini adalah capaian dan target luaran, yaitu press release kegiatan yang dipublikasikan dalam media massa. Berikut adalah link publikasi kegiatan: <https://news.bsi.ac.id/amp/2022/10/18/dosen-universitas-bsi-berikan-pelatihan-bisnis-era-digital/>

IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH (*OUTCOME*)

Berdasarkan wawancara dan hasil kuesioner terbuka, dapat disimpulkan dari kegiatan workshop yang telah dilakukan ada beberapa manfaat yang didapatkan oleh peserta, yaitu:

- Bertambahnya pengetahuan mengenai cara mengelola toko online pada market place
- Memiliki ketrampilan mengelola toko online pada market place.
- Peserta memiliki semangat yang tinggi untuk memasarkan produknya melalui toko online pada market place, untuk itu peserta berharap agar kegiatan ini dapat dilanjutkan secara pada periode berikutnya agar mereka benar-benar mendapatkan hasil nyata dari peningkatan pemasaran dan penjualannya.

Gambar dan Tabel berikut adalah hasil kuesioner yang sudah diberikan ke peserta terkait kegiatan yang telah dilakukan.



Gambar 6. Persentase Kepuasan Peserta Kegiatan terhadap pelaksanaan kegiatan

Tabel 1. Pertanyaan yang digunakan pada Instrumen Kuesioner

P1	Personil/anggota yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan peserta
P2	Tutor menyampaikan materi kegiatan dengan jelas dan mudah dimengerti oleh peserta
P3	Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh tutor yang terlibat
P4	Materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan peserta dalam menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan dan keahlian peserta
P5	Peserta mendapatkan materi kegiatan berupa modul dan soal latihan
P6	Peralatan untuk menyampaikan materi memadai
P7	Kegiatan pengabdian masyarakat yang disampaikan bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan dan keahlian peserta
P8	Saya merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan Universitas Bina Sarana Informatika
P9	Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan Universitas Bina Sarana Informatika sesuai dengan harapan saya

V. REALISASI BIAYA

Justifikasi anggaran kegiatan Pengabdian Masyarakat sebagai berikut:

Tabel 2 Anggaran Biaya

HONOR					
No	Item Honor Kegiatan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Snak	Rp. 25.000	40	Orang	Rp. 1.000.000
Total Honor					Rp. 1.000.000
BELANJA BAHAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Kertas A4	Rp. 50.000	2	RIM	Rp. 100.000
2	Alat Tulis	Rp. 60.000	1	Paket	Rp. 60.000
3	Fotocopy Materi	Rp. 150	500	Lembar	Rp. 75.000
Total Belanja Bahan					Rp. 235.000
BELANJA BARANG NON OPERASIONAL					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Cetak Spanduk	Rp. 100.000	1	Meter	Rp. 100.000
2	Cetak Dokumentasi	Rp. 30.000	5	Buah	Rp. 150.000
3	Tinta Printer	Rp. 135.000	2	Buah	Rp. 270.000
Total Belanja Barang Non Operasional					Rp. 520.000
BIAYA PERJALANAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Akomodasi dan transportasi	Rp. 150.000	4	Paket	Rp. 600.000
2	Souvenir Peserta	Rp. 50.000	20	Paket	Rp. 1.000.000
3	Dokumentasi dan laporan	Rp. 200.000	1	Buah	Rp. 200.000
Total Biaya Perjalanan					Rp. 1.800.000
Total Keseluruhan					Rp. 3.855.000

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diinisiasi oleh Bapak Yosharman Mirman selaku ketua RT001/RW005 Jaticempaka Pondok Gede. Dimana sebagian besar warga ketua RT001/RW005 Jaticempaka Pondok Gede memiliki UMKM yang penjualan dan pemasarannya masih dilakkukan secara manual. Program Studi Teknologi Komputer Universitas BSI memberikan solusi berupa workshop mengenai Membuka dan Mengelola Toko Online Pada E-Commerce Bagi Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi., yang dilakukan pada hari minggu tanggal 16 Oktober 2022 pukul 08:30 WIB-12.00, di sebuah kedai kopi milik salah satu warga setempat., dan dihadiri oleh 19 peserta.

Acara dimulai dengan pembukaan yang disampaikan oleh Bapak Rachmad Adi Purnama selaku ketua Program Studi Teknologi Komputer, dilanjutkan sambutan dari Bapak Yosharman Mirman selaku ketua RT001/RW005 Jaticempaka Pondok Gede. Sedangkan materi worshop disampaikan oleh Ibu Giatika Crhisnawati.

Dalam kesempatan ini penulis memberikan saran agar dilakukan pelatihan lebih lanjut kepada warga agar warga benar-benar dapat memanfaatkan teknologi internet khususnya pada toko online untuk mencapai bahkan melampaui target penjualan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. D. Cahya, F. A. Aqdella, A. Z. Jannah, and H. Setyawati, “Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19,” *Sci. J. Reflect. Econ. Accounting, Manag. Bus.*, vol. 4, no. 3, pp. 503–510, 2021, doi: 10.37481/sjr.v4i3.329.
- [2] R. Irawati and I. B. Prasetyo, “Pemanfaatan platform e-commerce melalui marketplace sebagai upaya peningkatan penjualan dan mempertahankan bisnis di masa pandemi (Studi pada UMKM makanan dan minuman di Malang),” *J. Penelit. Manaj. Terap.*, vol. 6, no. 2, pp. 114–133, 2020.
- [3] R. Yustiani and R. Yunanto, “Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi,” *Komputa J. Ilm. Komput. dan Inform.*, vol. 6, no. 2, pp. 43–48, 2017, doi: 10.34010/komputa.v6i2.2476.
- [4] U. Rianto and W. Windrayani, “Pengaruh Penerapan Marketplace Sebagai Strategi Digital Marketing Pada Toko Bahan Bangunan Portal Network Six Store Terhadap Minat Pembelian,” *Humanis*, vol. 1, no. 2, pp. 1028–1038, 2021.
- [5] O. A. D. Wulandari, Ujiani, and N. R. Putri, “Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk Umkm Di Purbalingga,” *J. Ekon. Manaj.*, vol. 6, no. November, pp. 96–101, 2020.

LAMPIRAN

Lampiran A Surat Keterangan Instansi/Mitra



RUKUN TETANGGA 001

**RUKUN WARGA 05
KELURAHAN JATICEMPAKA
KECAMATAN PONDOK GEDE
KOTA BEKASI**

*Sekretariat : Jln. Kampus UNKRIS No. 37A, RT.001/05 Kel.Jaticempaka
Kec.Pondok Gede Kota Bekasi 17411*

SURAT KETERANGAN

Nomor : 06/RT001/RW05/XI/2022

Ketua RT.001/ RW.05 Kelurahan Jaticempaka Bekasi menerangkan:

Nama Lembaga : Universitas Bina Sarana Informatika
Alamat : Jl. Kramat Raya No.98, Senen, Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

Telah melaksanakan Pengabdian Masyarakat berupa **Workshop Membuka dan Mengelola Toko Online Pada E-Commerce Bagi Warga RT. 001/ RW.05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi**. Dimana kegiatan tersebut dilaksanakan secara tatap muka (luring) pada tanggal 16 Oktober 2022 bertempat di Aula Pertemuan Warga RT. 001/ RW.05 Jaticempaka dengan Susunan panitia Terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 21 November 2022

Ketua RT.001/ RW.05 Jaticempaka



Yosharman Mirman



RUKUN TETANGGA 001
RUKUN WARGA 05
KELURAHAN JATICEMPAKA
KECAMATAN PONDOK GEDE
KOTA BEKASI

*Sekretariat : Jln. Kampus UNKRIS No. 37A, RT.001/05 Kel.Jaticempaka
Kec.Pondok Gede Kota Bekasi 17411*

Lampiran Surat Keterangan

Nomor : 06/RT001/RW05/XI/2022
Tanggal : 21 November 2022

Susunan Panitia Pengabdian Masyarakat Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
(LPPM) Universitas Bina Sarana Informatika

Periode : 16 Oktober 2022
Mitra : RT.001/ RW.05 Jaticempaka
Alamat : Jl. Kampus UNKRIS, No.37A RT. 001/ RW.05, Jaticempaka
Kec. Pondok Gede, Kota Bekasi

Penanggung Jawab	Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM, MPd, IPU
Ketua Pelaksana	Elly Mufida, M.Kom
Anggota	Giatika Chrisnawati, S.T, M. Kom
	Nandang Iriadi, M. Kom
	Hendra Bintang Hermanza

Lampiran B Bukti Kehadiran Panitia

**Presensi Kehadiran Kegiatan Workshop Pengabdian Masyarakat
Universitas Bina Sarana Informatika
RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi
(Panitia)**

Tanggal Pelaksanaan: 16 Oktober 2022

No	NIP/NIM	Nama	Alamat email	Paraf
1	200909653	Giatika chrisnawati	giatika.gaw@bsi.ac.id	
2	199609156	Elly Mafida	elly.elm@bsi.ac.id	
3	200909560	Nandang Iriadi	nandang.neli@bsi.ac.id	
4	13200056	H. Bintang H	hbintang@gmail.com	
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

Lampiran C. Bukti Kehadiran Peserta

**Presensi Kehadiran Kegiatan Workshop Pengabdian Masyarakat
Universitas Bina Sarana Informatika
RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi
(Peserta)**

Tanggal Pelaksanaan: 16 Oktober 2022

No	Nama	Alamat email	Paraf
1	Sri Suhartini (ati)	Sri Suhartini .bekasi Depok @gmail .com	
2	Lusia Etika Sari	lusiaetika@gmail .com	
3	ABU Masyarakat	abumasud 212 @ gmail .com	
4	Fuad Hasan	Fuadhasan .contact@gmail .com	
5	Nazwa Iqanota	nazwaIQW1@gmail .com	
6	Tajdidatul Khyaroh	Khyaroh92@gmail .com	
7	Tiwi	alawiah81tiwi@gmail .com	
8	Muhammad Nabi mahdy	MuhammadNabimahdy@igme .com	
9	MUHAMMAD HARDIANSYAH	just_hardi@yahoo .com	
10	IRMAN SETIAWAN	setiawanirman@yahoo .com	
11	ANDA	andando rahman@gmail .com	
12	Arriano Abdurrahman	Arriannhasli@gmail .com	
13	Yayan Nuryadin Ibrahim	Yanspower @yama .com	
14	Hani	Nani .B01rahmanawati@gmail .com	
15	LUSI MIRDAPURI	Lusimirdapuri@gmail .com	
16	Leni yanti	Lenisetiyanti05@gmail .com	
17	Mirdawati J.F.M	Mirdawati@yahoo .com	
18	Bambang Widodo		
19	M. AGUS ANSORI	kelhammadagus@gmail .com	
20			

Lampiran D. Luaran PM **Press release kegiatan:**

BSI NEWS

Dosen Universitas BSI Berikan Pelatihan Bisnis Era Digital



By Ana Ramadhayanti on 18 Oktober 2022

BSI News, Jakarta – Dalam memberikan pemahaman mengenai bisnis era digital Dosen Universitas BSI (Bina Sarana Informatika) melakukan kegiatan pelatihan atau workshop kepada warga RT001/RW005 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi, Minggu (16/10).

Baca Juga: [Penyuluhan Pemanfaatan Marketplace Bisnis Di Era Digital Pada Remaja Binaan Yayasan Bakti Tunas Muda](#)

Kegiatan ini dilakukan pada lantai dua sebuah kedai kopi yang berada dan dikelola oleh warga pada lingkungan RT setempat, yaitu Kedai JoeLed. Tema yang diambil pada workshop ini adalah pengembangan bisnis di era digital.

Giatika Chrisnawati selaku pemateri menjelaskan kemajuan teknologi Informasi dan komunikasi telah mengubah pola hidup masyarakat hampir diseluruh dunia, terlebih lagi setelah adanya pandemi Covid-19 yang mewabah hampir diseluruh dunia selama beberapa tahun terakhir telah banyak mengubah transaksi jual beli masyarakat yang semula dilakukan secara langsung, menjadi transaksi digital.

"Warga RT001/RW005 Jaticempaka sangat antusias mempelajari bagaimana mengelola toko online pada marketplace untuk meningkatkan kualitas pemasaran dan kuantitas penjualan pada usaha yang mereka miliki," jelas Giatika dalam rilis yang diterima (17/10).

Baca Juga: [Pelatihan Manajemen Teknik Komunikasi Promosi Di Era Digital Pada Remaja Kawang Trauina Uni 02 Bambu Apus](#)

Menurutnya, dari kegiatan ini warga berharap kegiatan seperti ini dapat dilakukan secara kontinyu agar warga benar-benar mendapatkan target yang ingin dicapai melalui marketplace tersebut.(RDX)

Gambar 7. Tampilan Luaran

Lampiran E. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 8. Persiapan Pemasangan Spanduk sebelum worshop dimulai



Gambar 9. Persiapan LCD dan Soundsystem sebelum acara dimulai



Gambar 10. Sambutan dari Bapak Yosharman Mirman selaku Ketua RT 001/RW005 Jaticempaka



Gambar 11. Pemaparan Materi oleh Tutor Ibu Giatika Chrisnawati



Gambar 12. Penutupan Acara di depan rumah ketua RT 001/RW005 Jaticempaka

Lampiran F. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat Surat Tugas

SURAT TUGAS
No.0513/C.01/LPPM-UBSI/IX/2022

Tentang
Panitia Pengabdian Masyarakat LPPM UBSI

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, dengan ini menugaskan :

Penanggung Jawab	Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM, M.Pd, IPU
Ketua Pelaksana	Elly Mufida M.Kom
Anggota	Giatika Chrisnawati S.T, M.Kom Nandang Iriadi M.Kom Hendra Bintang Hermanza

Bertanggung jawab terhadap jalannya acara dari awal s/d akhir sebagai Panitia Pengabdian Masyarakat UBSI berupa Workshop Membuka dan Mengelola Toko Online Pada E-Commerce Bagi Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi masa penugasan pada:

Tanggal : 16 Oktober 2022
Tempat : Aula Pertemuan Warga Rt 01 Rw 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi 17411
Rt 01 Rw 05 Jaticempaka. Pondok Gede Bekasi 17411

Surat tugas dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Agar dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jakarta, 2 September 2022
Ketua LPPM
Universitas Bina Sarana Informatika



Taufik Baidawi, M.Kom

Tembusan
- Rektor UBSI
- Anip
- Ybs

Lampiran F. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat Sertifikat





SERTIFIKAT



Diberikan Kepada

Giatika Chrisnawati, S.T, M.Kom

Sebagai Tutor

Pengabdian Masyarakat yang diadakan di Rt 01 Rw 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi dan diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UB SI pada tanggal 16 Oktober 2022 dengan materi Workshop Membuka dan Mengelola Toko Online Pada E-Commerce Bagi Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi.



Jakarta, 23 Oktober 2022
Ketua LPPM
Universitas Bina Sarana Informatika

Taufik Baidawi, M.Kom



SERTIFIKAT



Diberikan Kepada

Nandang Iriadi, M.Kom

Sebagai Tim Tutor

Pengabdian Masyarakat yang diadakan di Rt 01 Rw 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi dan diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UB SI pada tanggal 16 Oktober 2022 dengan materi Workshop Membuka dan Mengelola Toko Online Pada E-Commerce Bagi Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi.



Jakarta, 23 Oktober 2022
Ketua LPPM
Universitas Bina Sarana Informatika

Taufik Baidawi, M.Kom



SERTIFIKAT



Diberikan Kepada

Hendra Bintang Hermanza

Sebagai Tim Tutor

Pengabdian Masyarakat yang diadakan di Rt 01 Rw 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UBISI pada tanggal 16 Oktober 2022 dengan materi Workshop Membuka dan Mengelola Toko Online Pada E-Commerce Bagi Warga RT 01 RW 05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi.



Jakarta, 23 Oktober 2022
Ketua LPPM
Universitas Bina Sarana Informatika



Taufik Baidawi, M.Kom

Modul Workshop
Workshop Membuka dan Mengelola Toko
Online Pada E-Commerce Bagi Warga RT 01 RW
05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi



Pengabdian Masyarakat
Minggu, 16 Oktober 2022

Program Studi Teknologi Komputer Fakultas
Teknik dan Informatika Universitas Bina
Sarana Informatika

I. Pengertian Marketplace

Marketplace adalah suatu platform dimana memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara online. Marketplace atau pasar daring juga menyediakan berbagai fasilitas seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk sesuai kategori, dan fitur yang lainnya.

Marketplace juga terbagi menjadi dua bagian sesuai dengan fungsinya. Berikut merupakan penjelasan mengenai jenis – jenisnya.

1. Marketplace murni.

Jenis yang pertama adalah marketplace murni, dimana mempunyai peran penting sebagai fasilitator antara penjual dan pembeli. Disini, penjual bebas untuk melakukan berbagai transaksi produk, serta mengelola pembayaran, menampilkan informasi mengenai produk, dan lainnya.

Pasar online hanya berperan sebagai perantara dan mengirim produk kepada pembeli. Jadi, penjual barang dapat mengurus dan mengelola berbagai aktivitas dengan lebih fleksibel sesuai dengan peraturan dari platform yang berlaku. Pembeli juga dapat melakukan proses penawaran harga kepada penjual produk secara bebas dan tanpa aturan mengikat dari platform.

Penjual juga berkewajiban untuk menyertakan informasi dan data terkait produk yang dipasarkan secara lengkap dan detail. Supaya dapat memudahkan dan meyakinkan pembeli untuk membeli produk tersebut. Deskripsi barang juga harus sesuai dengan kondisi dan bentuk barang, sehingga kredibilitas toko atau brand anda tetap terjaga dengan baik.

2. Marketplace konsinyasi.

Selanjutnya, terdapat jenis marketplace konsinyasi yang merupakan jenis pasar daring dimana penjual hanya memiliki akses untuk menitipkan

produk saja. Maksudnya adalah, dari pihak penjual hanya dapat menyediakan barang serta mengirimkan deskripsi informasi detail dari barang tersebut.

Tugas dari marketplace disini adalah sebagai perantara, sekaligus mengatur urusan pembayaran, pengiriman barang, foto produk, dan lain sebagainya. Jadi, untuk jenis yang satu ini, segala macam bentuk transaksi jual beli diserahkan kepada platform. Penjual hanya sekedar menyediakan barang.

Untuk proses penetapan harga akan dilakukan oleh pihak platform sendiri. Contoh platform yang telah menerapkan marketplace konsinyasi adalah Zalora dan Berrybenka. Untuk perbedaan yang mendasar dengan pasardaring murni terletak pada tanggung jawab dari penjual produk, serta proses transaksi jual beli.

II. Perbedaan ecommerce dan marketplace

Setelah mengetahui apa itu marketplace, selanjutnya kita masuk pada pembahasan mengenai perbedaan ecommerce dan marketplace. Perbedaan yang paling mendasar disini adalah dari sisi platformnya. Untuk ecommerce sendiri, lebih berfokus pada menjual barang dari website itu sendiri. Sedangkan platform dari pasar online berfokus pada penjualan barang dari berbagai toko dan penjual yang telah mendaftar pada website tersebut.

III. Perbedaan marketplace dengan online shop

Perbedaan yang selanjutnya antara marketplace dengan online shop. Perbedaan yang mendasar dari kedua platform tersebut adalah dari sisi perantaranya. Marketplace adalah platform yang berperan sebagai fasilitator antara penjual dan pembeli. Sedangkan online shop tidak memerlukan perantara antara penjual dan pembeli dalam proses transaksi.

Jadi, jika anda menggunakan online shop, maka anda dapat berkomunikasi langsung dengan penjual melalui website tersebut. Namun, apabila anda menggunakan marketplace, maka harus proses transaksi jual beli akan dilakukandengan bantuan pihak ketiga sebagai media atau wadah dalam bentuk aplikasiberbasis web untuk memudahkan dalam proses jual beli online.

1. Tentukan produk yang akan dijual.

Sebelum memulai berjualan, tentunya kita harus tahu terlebih dahulu akan produk apa yang ingin kita jual. Detikers dapat memilih produk buatan sendiri atau produk buatan orang lain (reseller) untuk dipasarkan. Jikadetikers memilih untuk memasarkan produk buatan sendiri, maka detikers dapat dengan bebas menentukan seperti apa produknya nanti dan sekaligus bisa belajar dalam hal pengelolaan marketing. Yang perlu diperhatikan ialah kualitas produk dan membranding brand baru yang dipasarkan.

Jika detikers memilih untuk jualan online produk buatan orang lain, detikers tak perlu repot untuk memikirkan bagaimana caranya membranding produk dan memilih bahan baku. Detikers hanya perlu mencari supplier yang mau meminjamkan produknya terlebih dahulu, sehingga detikers dapat memulai berjualan online tanpa modal.

2. Tentukan harga yang wajar

Dikutip dari kompas.com, strategi paling mudah dalam menentukan harga yaitu dengan melihat kompetitor. Jika ingin cepat terjual, detikers dapat menggunakan strategi potongan harga atau diskon namun dengan tetap mempertimbangkan keuntungan. Tidak perlu ragu untuk menetapkan harga yang mungkin lebih tinggi jika menurut detikers produk yang dijual memiliki kualitas yang lebih baik daripada produk serupa. Strategi paling mudah dalam menentukan harga yaitu dengan melihat kompetitor. Jika ingin

cepat terjual, dapat menggunakan strategi potongan harga atau diskon namun dengan tetap mempertimbangkan keuntungan.

Tidak perlu ragu untuk menetapkan harga yang mungkin lebih tinggi jika produk yang dijual memiliki kualitas yang lebih baik daripada produk serupa.

3. Tentukan target pasar

Setelah menentukan produk dan juga harga, selanjutnya adalah menentukan pasar. Karena menggunakan sistem online, maka detikernya bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Walaupun dengan jangkauan yang luas, detikers juga tetap harus memperhatikan target pasar yang sesuai dengan produk ya!

4. Membuka toko online

Untuk mendirikan toko online, detikers dapat memilih website pribadi atau menggunakan media sosial pribadi. Detikers juga bisa mendaftar di berbagai aplikasi yang menawarkan e-commerce. Sudah banyak aplikasi e-commerce yang bisa Anda gunakan, sebut saja Tokopedia atau Shopee. Pengelolaannya pun cukup mudah dan efisien.

5. Promosi

Promosi akan produk, bisa dilakukan melalui media sosial pribadi. Detikers dapat memulai mempromosikan produk dengan teman terdekat atau kerabat. Melalui media sosial, detikers juga bisa memulai untuk mencari komunitas-komunitas online yang antusias dengan jenis produk yang dijual sebagai referensi. Manfaatkan pula fitur-fitur yang ada di e-commerce untuk semakin membuat produkmu makin dikenal. Pastikan promosi dengan hitung-hitungan yang cermat sehingga tidak malah membuat rugi.

6. Mencari relasi

Agar bisnis bisa berkembang, cobalah untuk mencari relasi yang berada di bidang yang sama. Dengan demikian detikers memiliki seorang bisa

diajak untuk saling berkonsultasi masalah bisnis dan bisa dijadikan sebagai mentor. Tentunya untuk menjadikannya mentor, pilihlah orang yang sekiranya lebih berpengalaman dalam bidang atau penjualan produk tersebut.

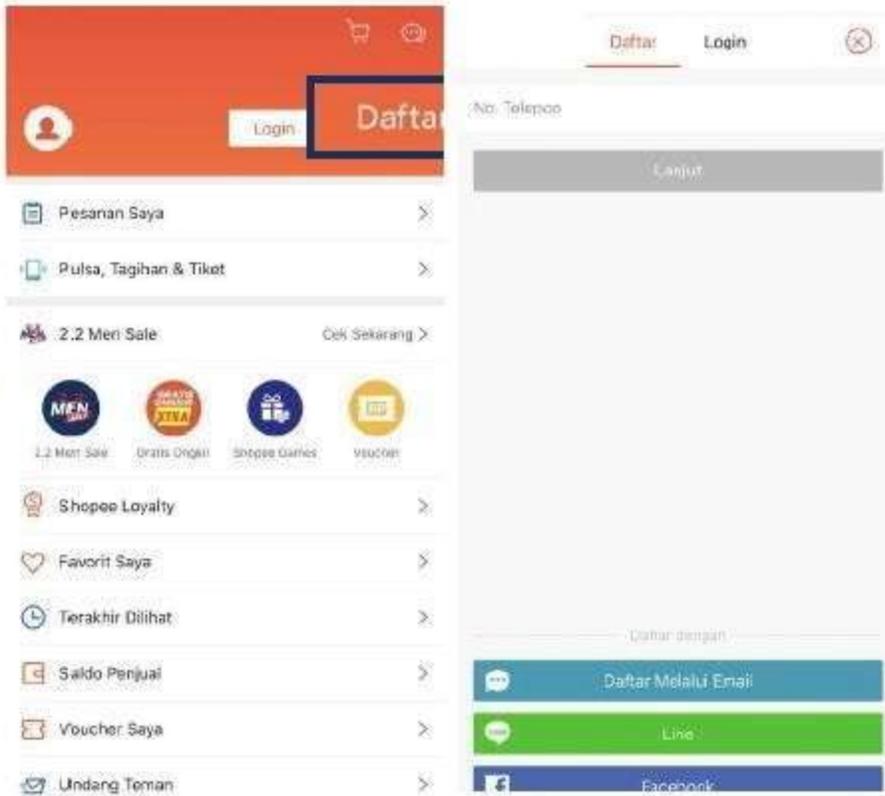
7. Lakukan evaluasi

Evaluasi bisnis dalam jualan online juga sangat penting untuk dilakukan. Dengan mengevaluasi bisnis, kamu dapat mengetahui hal yang kurang dan sudah tepat kamu lakukan. Kamu juga bisa menambah strategi baru jika memiliki hasil evaluasi yang kurang memuaskan.

Untuk melakukan jualan di Shopee, calon penjual harus memiliki akun Shopee terlebih dahulu. Lalu bisa mengikuti cara buka toko di Shopee. Kemudian, penjual bisa memasukkan berbagai produk dagangannya dengan cara berjualan di Shopee. Melansir laman Shopee Indonesia, berikut cara buka toko di Shopee melalui aplikasi atau seller centre Shopee.

1. Daftar akun Jika calon penjual sudah memiliki akun Shopee, bisa melewati cara daftar akun ini dan langsung ke tahap cara buka toko di Shopee. Namun, biasanya penjual akan membedakan akun pribadi dan akun tokonya sehingga perlu membuat akun baru.

1. Daftar akun Jika calon penjual sudah memiliki akun Shopee, bisa melewati cara daftar akun ini dan langsung ke tahap cara buka toko di Shopee. Namun, biasanya penjual akan membedakan akun pribadi dan akun tokonya sehingga perlu membuat akun baru. Baca juga: Untuk Pemula, Ini Cara Belanja di Shopee dengan Mudah Berikut cara membuat akun baru di Shopee: Unduh dan buka aplikasi Shopee di Google Play Store maupun App Store atau buka situs Shopee. Pilih Daftar. Isi Informasi Akun Masukkan nomor telepon dan email yang aktif dan verifikasi. Ubah username Shopee sesuai dengan yang diinginkan.



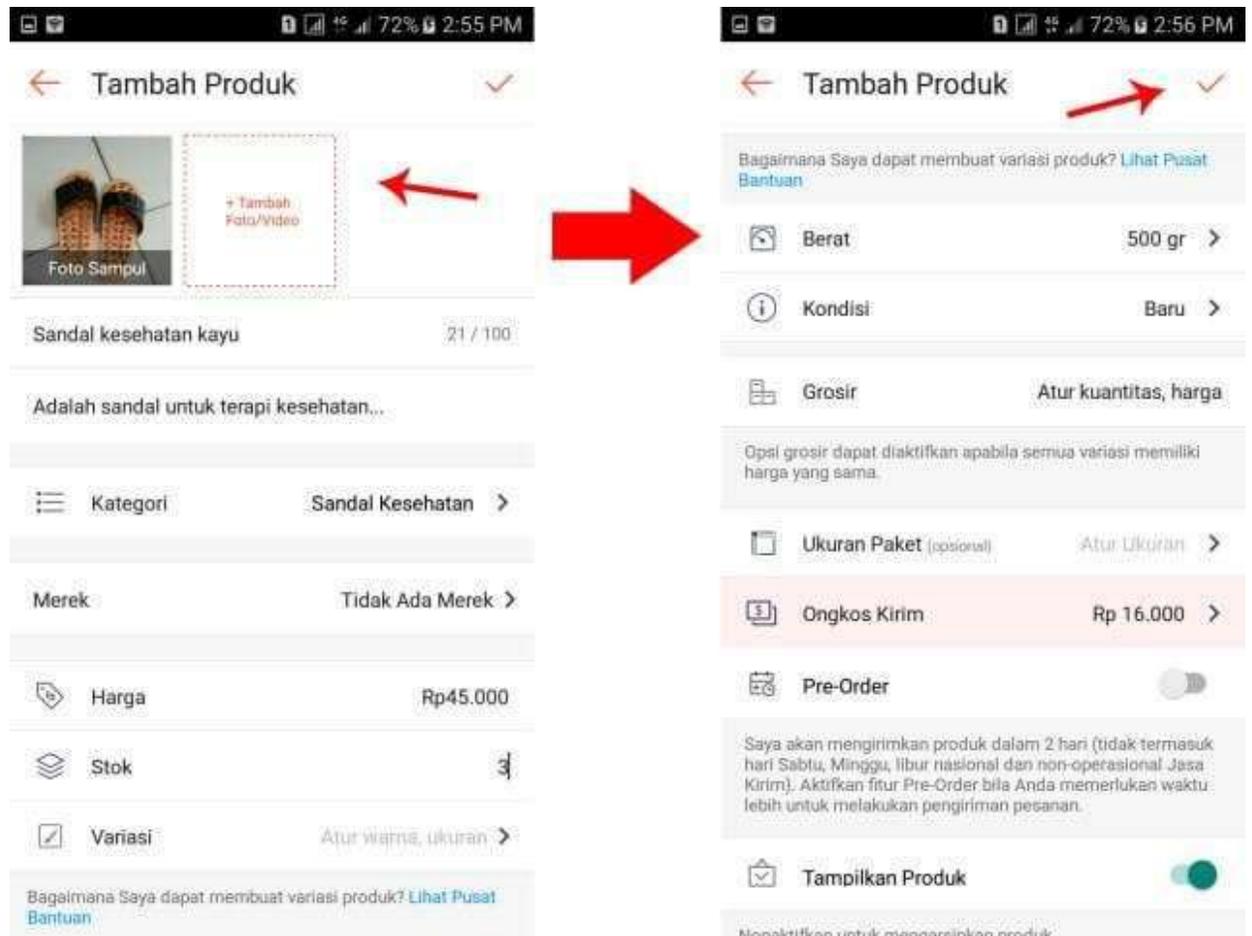
2.

2. Setelah memiliki akun Shopee, maka calon penjual tinggal selangkah lagi untuk mengikuti cara berjualan di Shopee. Calon penjual bisa melengkapi profil toko melalui aplikasi Shopee maupun Seller Centre di website, sebagai berikut.

- Via aplikasi Buka aplikasi Shopee. Pilih menu Saya: Klik Mulai Jual. Klik Tambah Produk. Masukkan alamat toko dan pilih jasa kirim yang diinginkan. Isi detail produk, klik Simpan.
- Via Seller Centre Buka website resmi Shopee, pilih Seller centre di pojokkiri atas. Login dengan username dan kata sandi yang sudah dibuat.
- Verifikasi melalui link yang akan dikirim via WhatsApp atau SMS.
- Klik Mulai Pendaftaran. Atur informasi toko mulai dari nama, alamat email, dan nomor telepon toko. Klik Simpan dan klik Lanjut. Atur jasa kirim yang diinginkan, klik Kirim.

3. Setelah daftar dan membuka toko di Shopee, pengguna bisa memasukkan satu per satu barang dagangannya secara online dan memulai cara berjualan di Shopee. Adapun cara jualan di Shopee sebagaimana dilansir dari laman resminya, sebagai berikut:

- Buka Seller Centre. Pilih Tambah Produk Baru. Lengkapi Nama Produk, pilih Kategori Produk, lalu klik Lanjut. Lengkapi informasi produk yang akan Anda jual (Informasi Produk, Informasi Penjualan, Pengaturan Media, Pengiriman, dan Lainnya).
- Klik Simpan & Tampilkan untuk langsung menjual produk, atau klik Simpan & Arsipkan bila Anda ingin menjual produk tersebut pada lainwaktu.



Perlu diperhatikan, jika ingin sukses cara jualan di Shopee, penjual perlu

meningkatkan penjualan dengan cara mengatur masa pengemasan. Masa pengemasan produk pre-order biasanya 7-15 hari kerja sedangkan produk non pre-order hanya 2 hari kerja. Penjual juga bisa mengupgrade cara jualan di Shopee dengan memberikan harga yang kompetitif, memperbanyak variasi produk, gunakan fitur Naikkan Produk tiap 4 jam sekali. Calon penjual juga bisa menyebarkan tautan produk ke media sosial, membuat voucher toko, serta daftar gratis ongkir di Shopee agar bisa menarik pembeli lebih banyak.

Sistem e-Commerce dan Perlindungan Konsumen

Di era digital ini, sekarang semua serba dipermudah. Apapun dapat diakses dengan menggunakan internet. Dimulai dari belanja online, pesan makanan online, hingga transportasi berbasis online. Dengan pesatnya perkembangan internet pada saat ini, maka terbangun sebuah sistem perdagangan dunia maya. E-Commerce atau perniagaan elektronik merupakan semua bentuk transaksi perdagangan barang ataupun jasa yang menggunakan media perantara internet. Dalam sebuah sistem e-commerce setidaknya terdapat 4 komponen yang diperlukan dalam transaksi online:

Store/Marketplace

1. Penjual dan Pembeli
2. Payment Gateway
3. Jasa Pengiriman

Pertama adalah adanya store/marketplace yang dimana disini dijualnya barang

- barang yang dibutuhkan oleh consumer. Akan tetapi terdapat perbedaan antara marketplace dengan store online, yaitu marketplace adalah suatu tempat di internet dimana banyak pihak berkumpul untuk melakukan proses

transaksi jual beli, ada yang ingin mencari suatu barang dan ada pihak lain yang sedang ingin menjual barang. Sedangkan online store adalah dimana pembeli bisa langsung memesan kepada penjual, dan bisa diartikan bahwa ini hanya satu toko yang menjual. Contoh marketplace di Indonesia saat ini adalah BukaLapak, TokoPedia, Elevenia, Qoo10 Indonesia, dan lain sebagainya. Sedangkan contoh online store yang ada di Indonesia adalah MatahariMall, Lazada, Zalora, BerryBenka, Groupon Indonesia, dan lain sebagainya.

Kedua adalah penjual dan pembeli. Penjual adalah yang menjual barang / jasanya kepada konsumen, sedangkan pembeli adalah orang yang membeli barang yang dijual. Pada analisa ini, kita akan mencari tau apa saja faktor yang membuat pembeli memilih belanja online dan yang tidak memilih belanja online.

Berikut adalah faktor mengapa konsumen memilih belanja online:

1. Kemampuan Finansial.
2. Lebih banyak promo yang ditawarkan ketika belanja online.
3. Ketika melihat keluarga/teman yang memiliki barang baru, terkadang konsumen jadi ingin ikut membelinya walaupun tidak selalu butuh.
4. Iklan atau promosi di media massa

Faktor- faktor peminat memilih untuk tidak belanja online :

1. Transaksi dan Perlindungan Konsumen. Pada bagian ini terlihat banyak orang yang takut akan penipuan yang terjadi ketika belanja online. Kartu kredit yang dapat diakses oleh tangan nakal, barang yang sampai tidak sesuai dengan keinginan atau toko yang susah dihubungi ketika konsumen telah membayar. Hal ini menjadikan hal terbesar yang membuat orang memilih tidak belanja online.
2. Barang tidak dapat dilihat secara jelas. Ketika kita belanja online, kita hanya bisa menerka saja bagaimana barang itu. Tapi kita tidak

mengetahui apakah nanti barang yang dikirim akan sama dengan barang yang ada di gambar.

3. Terkadang harga yang ditawarkan lebih mahal dari membeli dengan datang ke tokonya langsung.
4. Barang yang dijual kebanyakan sudah tidak bergaransi atau garansinya tidak bisa dibuktikan.
5. Tidak mengerti cara untuk belanja online dan menurutnya tidak praktis.
6. Proses transaksi atau pengiriman, terkadang lama.

Dilihat dari faktor – faktor diatas, terlihat jelas mengapa masih banyak juga konsumen yang takut untuk belanja online. Dikarenakan Indonesia masih minim dengan masalah keamanannya. Faktor yang tertinggi saat ini adalah takut terjadinya penipuan. Seperti penipuan pembayaran, penipuan dengan menggunakan akun nakal, serta pengambilalihan akun. Sebuah Riset dari Comscore, perusahaan analisis media, menyimpulkan:

- 2 dari 3 pembeli memperhitungkan ongkos kirim yang paling ekonomis.
- 1 dari 3 orang bahkan memilih untuk membayar lebih, selama mereka bisa menerima barang lebih cepat.
- 46% pembeli menyatakan akan merekomendasikan suatu toko online jika barang yang mereka pesan tiba tepat waktu.

Kemudian terdapat pula faktor yang mempengaruhi pengalaman belanja konsumen, berikut gambarnya.

