

PENERAPAN *E-COMMERCE* DAN *CHATBOT WHATSAPP* SEBAGAI RESPON ATAS KEBUTUHAN KONSUMEN SECARA *ONLINE* PADA KWT NINE SERU DI DESA LANTAN

Sri Mulyawati*, Halil Halil, Efendy Efendy, F.X Edy Fernandez, Sharfina Nabilah, Jumani Jumani, Ni Luh Mira Puspayani

*Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram
Jalan Majapahit No 62, Mataram*

Alamat korespondensi: srimulyawati@unram.ac.id

ABSTRAK

Kabupaten Lombok Tengah adalah Kabupaten dengan jumlah Industri Mikro Kecil (IMK) tertinggi di Provinsi Nusa Tenggara Barat berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi NTB tahun 2020. Salah satu usaha mikro yang berada di Kabupaten Lombok Tengah dan dapat bertahan hingga saat ini adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Nine Seru. KWT Nine Seru merupakan kelompok masyarakat produktif yang bergerak dalam usaha pengolahan pangan industri rumah tangga. Masalah yang dihadapi KWT Nine Seru yakni keterbatasan akan pemahamannya terhadap teknologi digital. Penggunaan teknologi digital dapat sangat bermanfaat bagi KWT Nine Seru untuk merespon kebutuhan pelanggan secara *online*. Beberapa contoh perkembangan teknologi digital yang banyak diterapkan oleh masyarakat adalah *e-commerce* dan fitur *chatbot WhatsApp* (Wabot). Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah terselenggaranya kegiatan sosialisasi dan pendampingan penerapan *e-commerce* dan *chatbot WhatsApp* sebagai respon atas kebutuhan konsumen secara *online*. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian adalah sosialisasi dan pendampingan. Tahapan kegiatan dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan kegiatan, tahap monitoring dan evaluasi, serta tahap pelaporan. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah adanya peningkatan pemahaman masyarakat tentang *e-commerce* dan Wabot serta prosedur pembuatannya. KWT Nine Seru telah memiliki akun *e-commerce* yang dapat digunakan untuk menjual dan mempromosikan produknya, serta Wabot yang telah aktif dan dapat merespon langsung pesan konsumen melalui aplikasi *WhatsApp*.

Kata kunci: Penerapan, *E-Commerce*, *Chatbot WhatsApp*, Kebutuhan Konsumen, *Online*,

PENDAHULUAN

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat tahun 2020, Kabupaten Lombok Tengah memiliki jumlah Industri Mikro Kecil (IMK) terbanyak di provinsi tersebut. Prestasi ini sangat baik, mengingat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Putri dkk, 2023). Salah satu usaha mikro yang masih bertahan hingga kini adalah usaha produk olahan pangan yang dikelola oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Nine Seru di Desa Lantan, Kecamatan Batukliang Utara, Kabupaten Lombok Tengah. Kelompok Wanita Tani (KWT) Nine Seru memproduksi berbagai jenis makanan olahan, seperti keripik talas, pisang, ubi jalar, dan singkong. Produk-produk ini telah terjamin kebersihan dan keamanannya, dibuktikan dengan adanya sertifikat izin PIRT (Mulyawati dkk, 2023). Selain itu, analisis kelayakan yang dilakukan oleh Mulyawati dkk, (2023) menunjukkan bahwa usaha pengolahan keripik singkong KWT Nine Seru tergolong layak. Namun, KWT Nine Seru masih menghadapi kendala untuk memahami teknologi digital sehingga membatasi perbaikan lebih lanjut.

Teknologi digital adalah evolusi dari teknologi informasi yang fokus pada aktivitas berbasis komputer atau digital, menggantikan penggunaan tenaga manusia secara manual (Danuri, 2019). Dengan memanfaatkan teknologi ini, produktivitas manusia meningkat dibandingkan hanya mengandalkan tenaga manual. Algoritma komputer bekerja dengan sangat cepat, sehingga waktu yang dibutuhkan menjadi lebih singkat dengan jumlah pekerjaan yang lebih banyak. Salah satu inovasi

teknologi digital yang banyak digunakan oleh pelaku usaha saat ini adalah aplikasi *e-commerce* dan fitur *chatbot* di aplikasi *WhatsApp*. *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, adalah aktivitas jual beli atau transaksi yang dilakukan secara *online* antara penjual dan pembeli tanpa perlu bertemu langsung (Solihat dan Sandika, 2022). Fitur *chatbot* di aplikasi *WhatsApp*, yang dikenal sebagai *Wabot*, adalah salah satu fitur yang memungkinkan pengelolaan pesan masuk secara otomatis selama 24 jam tanpa henti (Primasari dkk, 2022). *Chatbot* ini sangat berguna dalam pemasaran, terutama untuk menyebarkan informasi secara *real-time* kepada banyak pengguna sekaligus (Ramaditiya dkk, 2021). Selain itu, penggunaan *chatbot* dapat mengurangi biaya layanan dan meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan. Penjual juga bisa menarik minat pelanggan potensial untuk melakukan pembelian ulang di masa depan, sehingga target penjualan dapat meningkat (Ajismanto dan Barovich, 2022).

Penggunaan *e-commerce* dan *chatbot WhatsApp* dapat memberikan manfaat besar bagi KWT Nine Seru dalam merespons kebutuhan pelanggan secara *online*. Kegiatan sosialisasi dan pendampingan terkait kedua teknologi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang perkembangan teknologi informasi. Dengan mengoptimalkan teknologi digital, KWT Nine Seru dapat meningkatkan daya saing dan menarik minat beli konsumen secara *online*. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah menyelenggarakan sosialisasi dan pendampingan penerapan *e-commerce* dan *chatbot WhatsApp* sebagai respons terhadap kebutuhan konsumen secara *online* di KWT Nine Seru, Desa Lantan, Kecamatan Batukliang Utara, Kabupaten Lombok Tengah.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Desa Lantan Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah. Pokok kegiatan pengabdian terdiri dari dua kegiatan, yaitu kegiatan sosialisasi dan pendampingan. Kegiatan sosialisasi merupakan proses penanaman atau transfer kebiasaan dalam sebuah kelompok atau masyarakat (Hamda; 2017). Selama kegiatan sosialisasi, peserta dibekali pemahaman tentang perkembangan teknologi digital, yaitu *e-commerce* dan penggunaan fitur *chatbot* pada akun *Whatsapp*. Selain itu, peserta juga diberi kesempatan untuk diskusi dan tanya jawab perihal sesuatu yang belum dipahami agar kegiatan sosialisasi bermanfaat bagi masyarakat dan berlangsung secara maksimal. Setelah melakukan sosialisasi, kegiatan selanjutnya adalah pendampingan pembuatan *e-commerce* pada salah satu *marketplace* dan mengaktifkan fitur *chatbot* pada akun *WhatsApp seller*.

Adapun tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan, meliputi diskusi bersama tim inti pengabdian untuk membahas lokasi kegiatan, penyusunan jadwal, dan pembagian tugas tim. Tahap persiapan juga termasuk dalam persiapan administrasi, persiapan peralatan teknis, dan kebutuhan untuk perizinan.
2. Tahap pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan, diawali dengan pengisian form evaluasi awal oleh peserta pengabdian untuk mengukur kemampuan awal yang dimiliki. Selanjutnya diberikan sosialisasi tentang perkembangan teknologi digital, bentuk dan jenis *e-commerce* dan fitur *Chatbot WhatsApp*, serta manfaat teknologi digital. Sebagai bentuk tindak lanjut dari sosialisasi, maka diberikan pula pendampingan kepada masyarakat untuk membuat akun *Shopee* sebagai penjual dan mengaktifkan fitur *Wabot*.

Tahap monitoring dan evaluasi, meliputi diskusi dan evaluasi kendala selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, serta pengisian form evaluasi akhir oleh peserta kegiatan dan menyimpulkan hasil kegiatan pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema penerapan *e-commerce* dan *chatbot WhatsApp* sebagai respon atas kebutuhan konsumen secara *online* pada KWT Nine Seru di Desa Lantan, Kabupaten Lombok Tengah, telah sukses dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Sebanyak 20 peserta, yang semuanya adalah anggota tetap KWT Nine Seru, ikut serta dalam kegiatan ini. Para peserta, yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga, mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dari sosialisasi hingga pendampingan dengan penuh antusias. Kegiatan pengabdian ini mencakup beberapa aktivitas utama yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Sosialisasi teknologi digital, *e-commerce*, fitur *chatbot WhatsApp*, dan manfaatnya

Materi yang disampaikan oleh narasumber pada kegiatan sosialisasi ini diawali dengan mengenalkan teknologi digital. Digitalisasi teknologi telah membawa perubahan dalam dunia industri, termasuk dalam sektor *marketing*. Munculnya *e-commerce* adalah akibat dari kemajuan teknologi yang memungkinkan konsumen untuk berbelanja kapan saja dan dimana saja. Inovasi *e-commerce* telah membuat pergeseran perilaku konsumen yang dengan cepat beradaptasi dengan perubahan teknologi. *E-commerce* menawarkan metode yang lebih nyaman dan efisien dalam berbelanja tanpa harus mengunjungi toko secara langsung, serta kecanggihan yang memudahkan konsumen dalam proses pembayaran secara *online*. Untuk menanggapi kebutuhan konsumen secara *online* tersebut, pelaku usaha harus mampu beradaptasi dengan cepat, oleh karena itu aplikasi *WhatsApp* menawarkan fitur Wabot untuk menjawab kebutuhan konsumen secara *real-time*. Fitur Wabot dapat diaktifkan pada aplikasi *WhatsApp Business* yang telah di-*install* dan diatur sesuai dengan keinginan pengguna.

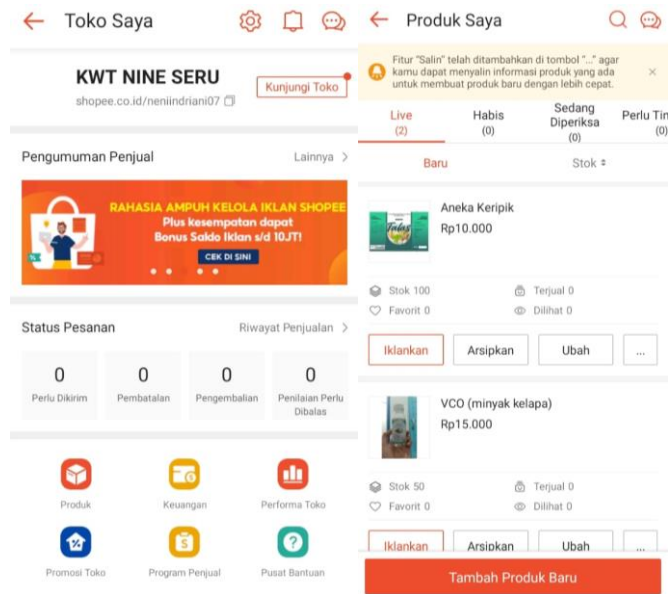


Gambar 1. Suasana Kegiatan Sosialisasi di Desa Lantan
Sumber: Dokumentasi kegiatan (2024)

Sosialisasi *E-commerce* pernah dilakukan oleh Suwarni dkk (2022), yaitu memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang pemasaran digital dan memasarkan produk melalui media sosial serta *e-commerce*. Selain itu, terdapat juga pengabdian yang dilakukan oleh Hariono dkk (2021), membuat *e-commerce* untuk membantu masyarakat mempromosikan produk UMKM secara *online*. Menurut Rahmadani dkk (2020), generasi milenial yang melek teknologi dan sering menggunakan metode *cashless* dalam bertransaksi merupakan pangsa pasar terbesar *e-commerce* saat ini. Hal ini menjadi peluang bagi pelaku usaha yang ingin memperluas pangsa pasar melalui *e-commerce*.

2. Pendampingan pembuatan akun *e-commerce* dan Wabot

Untuk menerapkan sistem pemasaran *e-commerce*, pelaku usaha perlu memiliki akun di platform *e-commerce*. Salah satu platform yang dikenal baik oleh KWT Nine Seru adalah *Shopee*, yang merupakan aplikasi jual beli *online* berbasis *mobile-app* dan mudah untuk digunakan. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian membantu KWT Nine Seru mengunduh aplikasi *Shopee* dan melakukan registrasi hingga akun tersebut aktif dan siap digunakan. Setelah akun diatur sebagai profil penjual, produk dapat diunggah dan diberi deskripsi untuk menarik calon pembeli. Selanjutnya, tim pengabdian membantu KWT memasang aplikasi *WhatsApp Business* dan mengaktifkan fitur Wabot. *WhatsApp Business* memiliki dua fitur wabot yang paling sederhana dan mendasar, yaitu fitur salam dan balas cepat. Kedua fitur tersebut dapat digunakan 24 jam selama *gadget* yang digunakan terhubung dengan internet. Fitur Wabot tersebut secara otomatis membalas pesan konsumen melalui aplikasi *WhatsApp*. Bentuk teks yang ditampilkan oleh Wabot dapat diatur sesuai dengan keinginan pengguna.



Gambar 2. Akun Shopee KWT Nine Seru
Sumber: Dokumentasi Kegiatan (2024)



Gambar 3. Fitur Wabot KWT Nine Seru
Sumber: Dokumentasi Kegiatan (2024)

Dengan demikian, KWT Nine Seru telah memiliki akun *e-commerce* yaitu akun *Shopee* sebagai penjual dan juga telah mengaktifkan fitur *chatbot* pada aplikasi *WhatsApp Business*. Primasari dkk (2022) pernah melakukan kegiatan pengabdian pemanfaatan Wabot untuk meningkatkan layanan informasi produk lokal. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat sebesar 40%. Maulana dan Pratiwi (2024) melakukan evaluasi efektivitas dan kepuasan pengguna Wabot, dimana hasilnya menunjukkan bahwa Wabot dapat mempercepat distribusi informasi dan memudahkan akses informasi bagi masyarakat. Namun, ada kendala dalam menjawab pertanyaan kompleks karena membutuhkan interaksi personal yang lebih tinggi. Hal serupa ditemukan dalam pengabdian di Desa Lantan, di mana fitur balas cepat dan salam Wabot hanya mampu menjawab pertanyaan sederhana. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan aplikasi eksternal yang dapat diatur untuk menjawab pertanyaan yang lebih kompleks.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul penerapan *e-commerce* dan *chatbot WhatsApp* sebagai respon atas kebutuhan konsumen secara *online* pada KWT Nine Seru di Desa Lantan telah berjalan dengan baik. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa adanya peningkatan pemahaman masyarakat tentang *e-commerce*, Wabot dan tata cara pembuatannya. Luaran kegiatan pengabdian yang dapat diperoleh, yakni KWT Nine Seru telah memiliki akun *Shopee* penjual yang dapat digunakan untuk

menjual dan mempromosikan produknya secara *online*, serta fitur Wabot yang telah aktif. Dengan memanfaatkan *e-commerce* dan fitur Wabot, KWT Nine Seru dapat menciptakan peluang pasar yang lebih luas. Bagi tim pengabdian lainnya dapat mencoba berbagai sistem teknologi digital yang bermanfaat untuk meningkatkan keuntungan UMKM, begitupula dengan tim peneliti selanjutnya dapat menilai kebermanfaatan atau signifikansi pengaruh *e-commerce* maupun Wabot terhadap pendapatan usaha.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada setiap pihak yang terlibat pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, khususnya Fakultas Pertanian Universitas Mataram selaku pemberi dana dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Mataram yang telah memberikan dukungan selama ini,

DAFTAR PUSTAKA

- Ajismanto, F., & Barovich, G. (2022). Penerapan Teknologi Chatbot Whatsapp untuk Meningkatkan Pelayanan dan Jaringan Bisnis. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 1(2), 101-109. <https://doi.org/10.35912/jpe.v1i2.1234>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. (2020). Profil Industri Mikro dan Kecil Nusa Tenggara Barat. BPS Povinsi NTB: Mataram.
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2). <https://doi.org/10.53845/infokam.v15i2.178>
- Hamda, N. (2017). Masyarakat dan Sosialisasi. *ITTIHAD*, 12(22), 107-115. <https://doi.org/10.18592/ittihad.v12i22.1684>
- Hariono, T., Ashoumi, H., Tabiin, H. Q., & Faizin, M. K. (2021). PKM pembuatan e-commerce desa banjarsari. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 51-55. https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas_if/article/view/1716
- Maulana, M. S., & Pratiwi, D. (2024). Penggunaan WhatsApp Bot dalam Program Pengabdian Masyarakat: Evaluasi Efektivitas dan Kepuasan Pengguna. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 1(1), 6–10.
- Mulyawati, S., Efendy., Fernandez F.X.E., Nabilah, S., & Halil (2023). Pendampingan Pembuatan Izin SPP-IRT Produk Keripik KWT Nine Seru di Desa Lantan. *LOYALITAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6 (2) 198-208 <https://doi.org/10.30739/loyalitas.v6i2.2500>
- Mulyawati, S., Febrilia, B. R. A., & Mandalika, E. N. D. (2023). Analisis Pendapatan Dan Kelayakan Usaha Agroindustri Keripik Singkong Oleh Kwt Nine Seru Di Desa Lantan. *Jurnal Agrimansion*, 24(1), 86-94. <https://doi.org/10.29303/agrimansion.v24i1.1327>
- Primasari, D., Kamilah, N., & Hermawan, E. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Chatbot Wabot Untuk Layanan Informasi Produk Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1017-1029. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.6968>
- Putri, A. D., Permatasari, B., & Suwarni, E. (2023). Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 119-123. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v4i1.2658>
- Rahmadani, N., Handayani, M., Rohminatin, R., & Putri, P. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Bagi Generasi Milenial. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 3(2), 123-128.
- Ramaditiya, A., Rahmatia, S., Munawar, A., & Samijayani, O. N. (2021, June). Implementation chatbot whatsapp using python programming for broadcast and reply message automatically. In *2021 International Symposium on Electronics and Smart Devices (ISESD)* (pp. 1-4). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ISESD53023.2021.9501523>
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). E-commerce di Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 273-281. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i2.967>
- Suwarni, E., Handayani, M. A., Fernando, Y., Saputra, F. E., Fitri, F., & Candra, A. (2022). Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 187-192.