

Pelatihan Kegiatan *E-commerce* Sebagai Media Pemasaran Online Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Kandang sapi Kecamatan Panggungrejo Kota Pasuruan

Eva Mufidah¹⁾, A. Ratna Pudyarningsih, Sri Hastari, M. Tahajjudi Ghifary
Universitas Merdeka Pasuruan
Jl. Ir.H. Juanda No 68, Pasuruan, Telp. 0343-413619
¹⁾Email : eva.moev@gmail.com

Abstract

The problems that often arise by MSME actors, especially in Purutrejo, Pasuruan are related to management problems or unprofessional management. The output of this activities is the creation of appropriate technology applications for e-commerce in the form of a website as a promotional media as well as a marketing medium for MSME products. The first activity was explaining the use of management information systems to MSMEs. The second, involves training on marketing management. The third, making website-based e-commerce. The fourth is training in e-commerce applications for partners. The fifth, workforce training. This activity produces an e-commerce application that is included in the Business to Consumer category because it provides an inventory in the form of a website to MSME players in Purutrejo Village to sell their products to customers online using the internet media.

Keyword: *e-commerce, marketing, MSME*

Abstrak

Permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM khususnya di kelurahan Purutrejo adalah berkaitan dengan masalah kemampuan manajemen atau pengelolaan yang kurang profesional. Luaran dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pembuatan aplikasi teknologi tepat guna e-commerce berupa website sebagai media promosi sekaligus media pemasaran produk UMKM. Kegiatan pertama dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, yaitu menjelaskan mengenai pemanfaatan sistem informasi manajemen kepada UMKM. Kedua, dilakukan pelatihan mengenai manajemen pemasaran. Ketiga, pembuatan e-commerce berbasis website. Keempat, pelatihan pengaplikasian e-commerce kepada mitra. Kelima, pelatihan tenaga kerja. Kegiatan ini menghasilkan aplikasi e-commerce yang termasuk dalam kategori Business to Consumer karena memberikan inventaris berupa website kepada pelaku UMKM di Kelurahan Purutrejo untuk menjual produknya kepada customer secara online dengan media internet.

Kata Kunci : e-commerce, pemasaran, umkm

PENDAHULUAN

UMKM mempunyai peran yang sangat strategis bagi perekonomian masyarakat serta berperan dalam pembangunan ekonomi nasional (Adnan Husada, 2016). UMKM dapat menyerap tenaga kerja bagi masyarakat dan mampu mengurangi pengangguran. Dengan adanya pemberdayaan masyarakat maka diharapkan mampu meningkatkan pendapatan dan mensejahterakan rakyat.

UMKM yang ada di daerah sangat menunjang perekonomian daerah. Kegiatan ekonomi lokal yang dijalankan oleh masyarakat lokal akan membawa dampak pertumbuhan bagi daerah tersebut dan tentunya dapat mengurangi pengangguran. Setiap usaha yang ada dapat mendorong

peningkatan pendapatan masyarakat sekitar sehingga dapat menumbuhkan perekonomian daerah.

Kelompok UMKM ini memiliki usaha antara lain aneka makanan kuliner (kripik, nugget, kue dan telur asin) dan aneka kerajinan (tas, bros, dan genteng rumah). Besarnya minat pasar untuk produk yang dihasilkan UMKM adalah salah satu peluang bisnis yang menguntungkan.

Namun kurangnya promosi yang dilakukan pelaku usaha menyebabkan beberapa UMKM di kelurahan Purutrejo kurang berkembang. Ada lagi yang karena tetap ingin memperoleh pendapatan tetap menjualnya kepada pedagang besar tanpa merk sehingga banyak yang produknya diakui sebagai produk orang lain. Padahal

jika kita mampu mendayagunakan aneka produk tersebut tidak menutup kemungkinan akan menaikkan pendapatan masyarakat dan daerah.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM khususnya di kelurahan Purutrejo adalah berkaitan dengan masalah kemampuan manajemen atau pengelolaan yang kurang profesional. Masalah-masalah manajemen ini meliputi, masalah struktur permodalan, personalia dan pemasaran. Selain masalah-masalah tersebut, ada juga masalah teknis yang sering dijumpai, yaitu belum dimilikinya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik, masalah bagaimana menyusun proposal dan membuat studi kelayakan untuk memperoleh pinjaman baik dari bank maupun modal ventura, karena masalah menyusun perencanaan bisnis karena persaingan dalam merebut pasar semakin ketat, masalah akses terhadap teknologi terutama bila pasar dikuasai oleh perusahaan atau group bisnis tertentu dan selera konsumen yang cepat berubah, masalah memperoleh bahan baku dan tingginya harga bahan baku karena ada sebagian UMKM yang harus mengimpor bahan baku produksinya, masalah inovasi perbaikan kualitas barang dan efisiensi. Penjualan produk UMKM yang rendah dan masih dilakukan secara tradisional mengakibatkan tidak dapat berkembangnya usaha, sehingga solusi yang ditawarkan untuk menangani permasalahan yang dihadapi yaitu berupa pembuatan aplikasi *e-commerce* berupa *website* dan pelatihan pemanfaatan guna meningkatkan penjualan produk UMKM di kelurahan Purutrejo. *E-commerce* dapat terjadi antara organisasi bisnis dengan konsumen, meliputi penggunaan Internet dan *World Wide Web* untuk penjualan produk dan pelayanan untuk konsumen (Siti Maryama, 2013).

Berdasarkan uraian tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* itu sendiri dapat terjadi dikarenakan adanya hubungan antara organisasi atau kelompok bisnis

dengan *customer*, dengan bantuan penggunaan internet dan media *website* untuk penjualan produk serta melayani *customer* supaya lebih efektif dan efisien. Target luaran dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pembuatan aplikasi teknologi tepat guna *e-commerce* berupa *website* sebagai media promosi sekaligus media pemasaran produk UMKM.

PELAKSANAAN DAN METODE

Metode pelaksanaan dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dikerjakan dengan cara tertentu demi tercapainya target yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2016). Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode partisipatif, penyuluhan, pendampingan dan pelatihan di Kelurahan Purutrejo Kecamatan Purworejo Kota Pasuruan. Untuk pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini, akan diuraikan pada tabel 1.

Proses kegiatan pertama dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, yaitu menjelaskan mengenai pemanfaatan sistem informasi manajemen kepada UMKM. Sistem informasi adalah kumpulan komponen didalam suatu organisasi yang berfungsi sebagai pengolahan untuk menghasilkan sebuah laporan-laporan yang disajikan kepada pihak tertentu (Sri Handayani, 2016).

Sistem informasi manajemen adalah bagian dari sebuah sistem informasi, jadi berdasarkan uraian diatas, pengertian dari sistem informasi manajemen adalah suatu sistem yang dibuat untuk mengolah dari data mentah menjadi sebuah laporan yang berharga, supaya bisa disajikan kepada *stakeholder* yang membutuhkan.

Proses selanjutnya, dilakukan pelatihan mengenai manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran adalah ilmu untuk mengolah dalam menentukan target pasar, kemudian mendapatkan *customer*, setelah

itu menjaga *customer*, sehingga menciptakan hubungan yang kuat antara perusahaan dengan *customer* untuk menangkap nilai dari *customer* sebagai imbalan (Kotler dan Keller, 2016). Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu proses

mengolah kebutuhan, keinginan dan permintaan demi menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan *customer* dan menetapkan harga yang menarik dengan memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Program Pengabdian Kepada Masyarakat

No.	Kegiatan	Metode	Bahan/Alat
1.	Penjelasan mengenai manfaat sistem informasi manajemen	Diskusi, pengamatan, tanya Jawab	Makalah gambar dan slide
2.	Pelatihan mengenai manajemen pemasaran	Demonstrasi, praktek dan tanya jawab	Alat dan bahan
3.	Membuat desain atau rancangan aplikasi ecommerce	Demonstrasi, praktek dan tanya Jawab	Alat dan bahan
4.	Pelatihan pengaplikasian sistem ecommerce	Demonstrasi, praktek dan tanya jawab	Alat dan bahan
5.	Pelatihan dan pembinaan tenaga kerja	Demonstrasi, praktek, tanya jawab	Produk



Gambar 1. Penjelasan pemanfaatan sistem informasi manajemen kepada UMKM

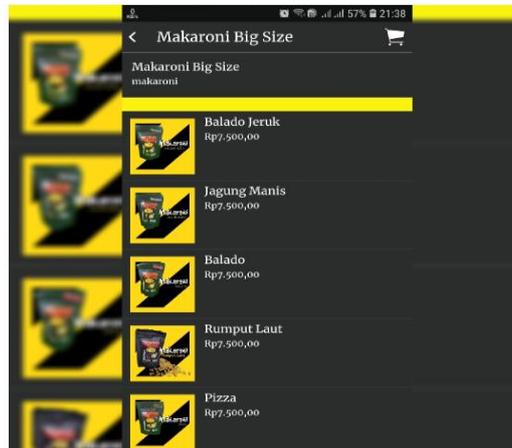
Tahapan pelaksanaan ini adalah dilakukan pelatihan cara pembuatan merk dan logo serta desain dan layout produk, karena mitra mengemas produk secara ala kadarnya, sederhana dan tanpa merk, walaupun ada merk menggunakan kertas fotokopi, serta kemasan yang digunakan pun terlalu tipis, sehingga minat beli *customer* berkurang. Proses kegiatan ketiga, dilakukan pembuatan desain dan

perancangan aplikasi *e-commerce* berbasis *website*.

E-commerce merupakan suatu hubungan antara organisasi atau kelompok bisnis dengan *customer*, dengan bantuan penggunaan internet dan media *website* yang digunakan untuk penjualan produk serta melayani *customer* supaya lebih efektif dan efisien tanpa harus *customer* datang ke tempat. Yang membedakan

antara proses jual dan beli produk pada sistem ecommerce dengan proses jual dan beli produk secara tradisional adalah semua proses yang dimulai dari mencari informasi

mengenai barang atau jasa yang diperlukan, kemudian melakukan pemesanan dan yang terakhir proses pembayaran di lakukan secara elektronik.



Gambar 2. Pembuatan merk dan logo serta desain dan layout produk

Pada sistem *e-commerce* (Shabur Miftah Maulana, 2015), terdapat 3 metode pembayaran pada saat *customer* melakukan transaksi, yaitu :

1. Credit Cart

Pembayaran jenis metode ini dilakukan secara langsung atau saat itu juga, dimana mencakup pasar yang sangat luas yaitu seluruh dunia.

2. Transfer

Pembayaran jenis metode ini lebih aman, dikarenakan melibatkan lembaga perbankan sebagai institusi yang menangani transfer pembayaran transaksi. Akan tetapi, membutuhkan biaya *fee* atau biaya tambahan bagi pihak lembaga perbankan untuk mengirim sejumlah uang ke negara lain ataupun beda bank.

3. Cash on Delivery (COD)

Pembayaran jenis metode ini dilakukan dengan cara bayar di tempat, dimana pembayaran ini hanya bisa dilakukan jika konsumen langsung datang ke toko tempat produsen menjual produknya atau berada dalam satu wilayah yang sama dengan penyedia jasa pengiriman, seperti: JNE, Si Cepat, JnT, Pos Kilat, Gojek, Grab, dll.

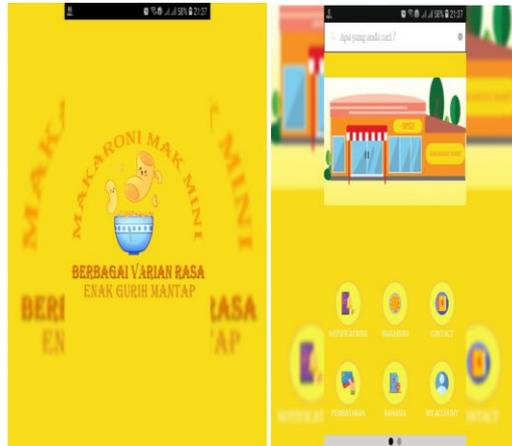
Pada pengabdian kepada masyarakat kali ini, aplikasi sistem *e-commerce* dibuat berbasis *website*. Yang dimaksud dengan *website* adalah sebuah *software* yang berfungsi untuk menampilkan dokumen - dokumen pada suatu *website* yang membuat pengguna dapat mengakses internet melalui *software* yang terkoneksi dengan internet (Mara Destiningrum, 2017).

Dari pengertian tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa *website* merupakan sebuah aplikasi perangkat lunak yang mempunyai fungsi untuk menampilkan informasi baik data teks, gambar, video, musik maupun animasi lainnya kepada *stakeholder* yang terhubung dengan media internet.

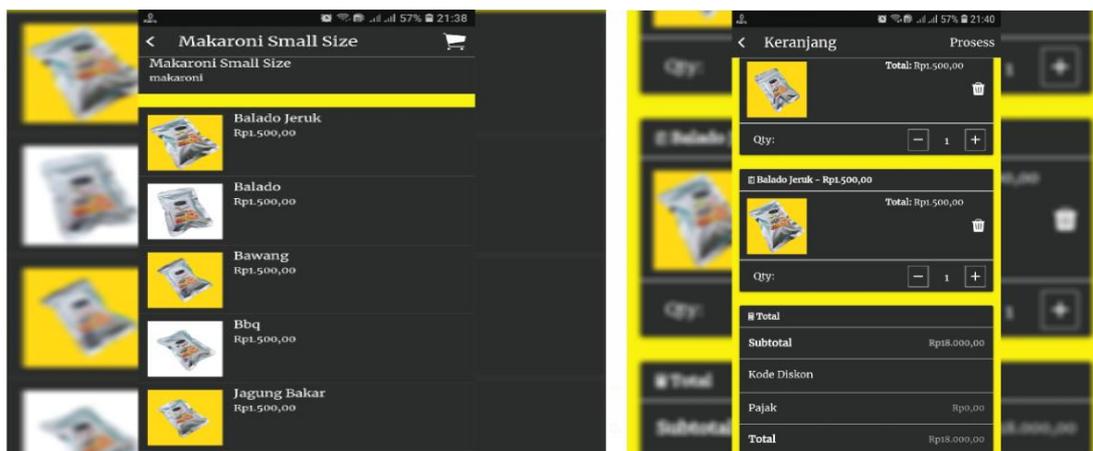
Manfaat yang diperoleh perusahaan atau pebisnis dalam kegiatan Abdimas ini bagi UMKM dengan menggunakan layanan aplikasi *e-commerce* berbasis *website*, antara lain sebagai berikut: 1). Melayani *customer* tanpa batas waktu. Dengan adanya aplikasi *e-commerce* memungkinkan *customer* dapat melakukan proses transaksi jual-beli produk 24 jam non stop tanpa harus terikat waktu buka ataupun tutup. 2). Mendapatkan *customer* baru dan mempertahankan *customer* yang lama tetap

bertahan. Dengan adanya aplikasi *e-commerce* ini, memungkinkan perusahaan atau pebisnis mempertahankan *customer* yang lama, dikarenakan *customer* tidak perlu repot datang ke tempat dan pebisnis mendapatkan *customer* baru, baik itu berasal dari *customer* lokal, domestik maupun luar negeri. 3). Meningkatkan mutu

layanan. Dengan adanya aplikasi *e-commerce* ini, pebisnis dapat meningkatkan mutu pelayanan dengan melakukan interaksi yang lebih personal dengan *customer*, dikarenakan aplikasi *e-commerce* ini dilengkapi *contact person* yang terhubung langsung dengan admin melalui *whatsapp*.



Gambar 3. Aplikasi *e-commerce*



Gambar 4. Penggunaan aplikasi *e-commerce* bagi pelaku UMKM

Setelah aplikasi *e-commerce* berbasis *website* ini dibuat, langkah selanjutnya bagi UMKM adalah untuk memikirkan bagaimana cara untuk memasarkannya. Pemasaran tidak hanya membicarakan tentang desain produk, harga produk maupun mendistribusikan produk, akan tetapi memberitahukan kepada *customer* luas agar produk yang di jual oleh pelaku UMKM Kelurahan Purutrejo tersebut dikenal dan dibeli oleh *customer* lokal,

domestik maupun luar negeri. Pemasaran yang dimaksudkan hal ini adalah promosi. Promosi pertama yang akan dilakukan oleh UMKM adalah dengan cara mengenalkan produk baik secara *offline* maupun online dengan memanfaatkan sosial media bernama *facebook* dan *instagram*. Promosi kedua yang akan dilakukan oleh UMKM yaitu dengan cara memberikan harga diskon, supaya *customer* tertarik membeli produk yang dijual.

Proses kegiatan keempat, dilakukan pelatihan pengaplikasian sistem *e-commerce* kepada mitra. Tahapan dari kegiatan ini adalah sejumlah anggota dan pengelola dilatih dan diberikan pendampingan bagaimana cara menggunakan dan mengelola *website* yang telah dibuat, serta sejumlah fitur yang ada di aplikasi tersebut diperkenalkan dan langsung dicoba. Selain itu peserta pelatihan juga diberikan pendampingan bagaimana memanfaatkan telepon seluler untuk dapat mengakses sebuah *website*.

Proses terakhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah tahap pelatihan tenaga kerja. Pada kegiatan ini para pelaku yang terlibat dalam UMKM di Kelurahan Purutrejo diberikan pelatihan terkait manajemen pemasaran dan MSDM, Sistem Informasi Manajemen dan *e-commerce* serta keuangan sederhana dan desain kemasan. Dikarenakan rata-rata para pelaku UMKM masih bekerja sendiri, sehingga para pelaku UMKM ini yang diberikan pelatihan terutama terkait pemasaran, pembagian pekerjaan, *e-commerce*, pembukuan keuangan secara sederhana dan desain kemasan produk.

KESIMPULAN

1. Dengan adanya bantuan pelatihan dan aplikasi *e-commerce* dapat meningkatkan motivasi bagi mitra untuk melaksanakan pemasaran terhadap produknya.
2. Perlu adanya perhatian dari pemerintah untuk pengembangan usaha dan perlindungan terhadap usaha kecil dan menengah.
3. Jenis layanan *e-commerce* yang dimaksud dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini termasuk dalam kategori *Business to Consumer* karena memberikan inventaris berupa *website* kepada pelaku UMKM di Kelurahan Purutrejo untuk menjual produknya kepada *customer* secara online dengan media internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin. 2010. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Kekuatan Strategis Dalam Mempercepat Pembangunan Daerah. STIE Nobel Indonesia, Makasar.
- Adnan, Husada Putra. 2016. Peran UMKM Dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*.
- Destiningrum, Mara, dkk. 2017. Sistem Informasi Penjadwalan Dokter Berbasis Web Dengan Menggunakan Framework Codeigniter. *Jurnal Teknoinfo*. Vol. 11. No.2.
- Handayani, Sri, dkk. 2016. Sistem Informasi *E-commerce* Untuk Jaringan Penjualan Sepeda Motor Bekas Kabupaten Kampar (Studi Kasus Adira Finance). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*. Vol. 2. No 2.
- Irmawati, Dewi. 2011. Pemanfaatan ECommerce Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*. Edisi keVI. November 2011.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15e New jersey: Person Prentice Hall, Inc.
- Maryama, Siti. 2013. Penerapan ECommerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Liquidity*. Vol. 2. No. 1. Januari-Juni 2013.
- Pradana, Mahir. 2015. Klasifikasi JenisJenis Bisnis *E-commerce* Di Indonesia. *Jurnal Neo-bis*. Vol. 9. No.2. Desember 2015.
- Setiarso, dkk. 2012. Studi Sosial Ekonomi Usaha Budidaaya ternak Itik Di Desa Pesirugan Kecamatan Margadana Kota Tegal. Laporan Hasil Penelitian.
- Shabur, Miftah Maulana, dkk. 2015. Implementasi *E-commerce* Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 29 No. 1 Desember 2015.

Sugiyono, Prof. 2016. Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta: Bandung.