

## Implementasi E-Commerce Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk di Ud Bintang ABC di Karangrejo Purwosari

Nur Rohmat Nuzil, Dini Ubaidillah, Muhammad Fu'ad  
Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Yudharta Pasuruan  
Email: Diniubaidillah11@gmail.com

### Abstrak

UD Bintang ABC adalah salah satu UMKM tas tenun tikar yang beroperasi di Desa Karangrejo Kabupaten Pasuruan. UMKM ini didirikan sejak 20 tahun lalu oleh Bapak H. Wanali, namun belum berkembang pesat karena adanya permasalahan disektor pemasaran. Di era yang sudah maju dan tingkat persaingan usaha yang semakin ketat, UMKM ini masih menerapkan pemasaran tradisional sebagai bentuk pemasaran utamanya, karena kurangnya pengetahuan tentang digital marketing. Program pengabdian ini dilakukan dengan pendampingan secara langsung bagaimana menerapkan digital marketing. Marketplace yang ditawarkan kepada pemilik usaha adalah marketplace shopee. Tim pengabdian melakukan pendampingan secara langsung tentang pendaftaran, pengoperasian, hingga cara upload produk di marketplace shopee. Metode yang digunakan dalam program pengabdian ini adalah metode PAR. Dengan adanya program pengembangan dan pendampingan ini, diharapkan UMKM dapat berkembang disektor pemasarannya.

**Kata Kunci** : E-Commerce, Marketplace Shopee, UD Bintang ABC

### Abstract

UD Bintang ABC is one of the UMKM tile bags operating in Karangrejo village Pasuruan Regency. This UMKM was founded 20 years ago by mr. H. Wanali, but has not developed rapidly because of problems in the marketing sector. In the advanced era and the level of tighter business competition, this UMKM still applies traditional marketing as its main form of marketing, because of the lack of knowledge about digital marketing. This service program is done with a direct accompaniment to how to apply digital marketing. The market place offered to the business owner is the marketplace of shopee. Service teams are directly associated with registration, operation, until the way to upload the product at marketplace of shopee. The method used in this service program is the PAR method. With these development and accompanying programmes, it is expected that the UMKM can develop in its marketing sector.

**Keywords** : E-Commerce, Marketplace Shopee, UD Bintang ABC

### PENDAHULUAN

E-Commerce atau perdagangan elektronik adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang atau jasa yang menggunakan jaringan internet. E-Commerce sangat menguntungkan untuk para penggunanya karena memudahkan untuk konsumen yang menginginkan suatu barang tanpa harus keluar rumah untuk membelinya. Sekarang sudah banyak bermunculan online

shop atau perusahaan yang menjual berbagai macam barang melalui media e-commerce dengan hanya membuat website, atau sosial media sebagai tempat penjualannya. Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong yang menyebabkan pesatnya perkembangan e-commerce. Internet merupakan salah satu jaringan global yang menghubungkan jaringan komputer atau smartphone diseluruh dunia,

sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi dan interaksi antar perusahaan dengan konsumen. Tanpa harus bersusah payah untuk pergi ke toko untuk membeli barang yang diinginkan, dengan e-commerce sudah bisa membeli barang yang diinginkan begitupun dengan pembayarannya juga bisa dilakukan secara elektronik.

Industri kecil yang dijalankan oleh UD Bintang ABC merupakan industri rumahan yang memproduksi produk yang dihasilkan oleh mesin tenun. Salah satu produknya yaitu tikar tenun yang saat ini sudah dikembangkan menjadi sebuah tas. Pada awal berdiri UD Bintang ABC memproduksi sumbu kompor, produk ini pada masanya merupakan bisnis yang menjanjikan dan menguntungkan. Namun dengan adanya program pemerintah untuk mengganti kompor minyak tanah menjadi kompor gas karena terbatasnya sumber minyak tanah, hal ini menyebabkan bisnis yang dijalankan UD Bintang ABC mengalami penurunan drastis. Kemudian UD Bintang ABC melakukan perkembangan produksi yaitu dengan membeli mesin tenun. Hingga saat ini banyak produk yang telah dihasilkan, mulai dari lap dapur, selimut, dan sekarang sudah berkembang memproduksi tikar tenun. Namun dari perkembangan produk tersebut yang masih diproduksi saat ini yaitu tikar tenun yang sudah mengalami inovasi menjadi tas tikar tenun. Ada beberapa permasalahan yang dialami UD Bintang ABC, pertama kurangnya strategi pemasaran

karena sampai saat ini masih menggunakan strategi pemasaran secara konvensional. Kedua, mengalami penurunan penjualan sejak adanya pandemi covid-19. Ketiga, kurangnya penataan administrasi keuangan yang menyebabkan penghasilan yang didapat tidak tertata dengan rapi dan benar. Dari banyaknya permasalahan yang ada, tim pengabdian melakukan diskusi dengan mitra terkait pendampingan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Kemudian terjadi kesepakatan antar tim pengabdian dan mitra bahwa akan melakukan pendampingan untuk meningkatkan pemasaran dengan cara melakukan pemasaran secara online menggunakan marketplace shopee.

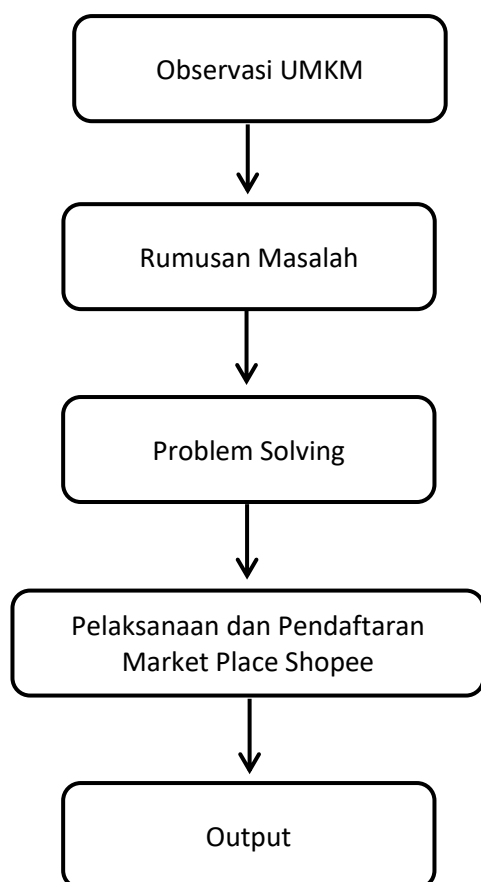
Untuk menerapkan marketplace shopee pada produk ini maka perlu diberikan wawasan pada pelaku usaha tentang pemasaran online, mempertahankan kualitas produk untuk membangun kepercayaan pelanggan. Kewaspadaan terhadap penipuan secara online juga merupakan informasi yang perlu diberikan pada pelaku usaha sehingga UD Bintang ABC mampu memahami pemasaran online, membangun kepercayaan pelanggan, dan mengantisipasi penipuan secara online.

## **METODE**

Pendekatan penelitian yang digunakan pada pengabdian ini adalah riset aksi. Diantara riset aksi yang sering dikenal adalah PAR atau

Participatory Action Research. PAR merupakan salah satu model penelitian yang mencari sesuatu untuk menghubungkan proses penelitian kedalam proses perubahan social. PAR melibatkan pelaksanaan penelitian untuk mendefinisikan sebuah masalah maupun menerapkan informasi kedalam aksi sebagai solusi atas masalah yang telah terdefinisi. Menurut Yoland Wadworth pada dasarnya Participatory Action Research (PAR) adalah penelitian yang melibatkan semua pihak yang relevan dalam meneliti secara aktif secara bersama-sama tindakan saat ini dalam rangka untuk mengubah dan memperbaikinya.

Berikut tahapan pada pengabdian di UD Bintang ABC di Desa Karangrejo Purwosari :



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil UD Bintang ABC

UD Bintang ABC merupakan industry rumahan yang memproduksi barang-barang dari peralatan tenun diantaranya yaitu tas tenun tikar. UD Bintang ABC didirikan sekitar 20 tahun yang lalu oleh Bpk H. Wanali dan saat ini sudah mempunyai sekitar 12 karyawan. Pada awal mulanya UD Bintang ABC memproduksi sumbu kompor dan sudah mengalami kemajuan, tapi setelah pemerintah mengganti kompor minyak tanah dengan gas LPG, sumbu kompor mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis sehingga mengharuskan UD Bintang ABC berinovasi untuk tetap bertahan. Kemudian UD Bintang ABC memproduksi barang yang lain yaitu dengan menggunakan alat tenun.

Dengan memanfaatkan alat tenun, sudah banyak produk yang dihasilkan oleh UD Bintang ABC diantaranya lap meja, selimut, dan akhir-akhir ini memproduksi tikar tenun, yang saat ini sudah dilakukan inovasi tikar tenun dijadikan tas.

Untuk pemasaran produknya UD Bintang ABC masih menerapkan pemasaran tradisional yakni melalui sales-sales, mendisplay toko dan juga

menerima orderan. Hal ini membuat produk yang dihasilkan kurang dikenal oleh masyarakat secara luas.

### **Observasi UMKM**

Tahapan awal pengabdian ini yaitu tahapan observasi terhadap UD Bintang ABC. Tahapan ini dilakukan dengan wawancara terhadap pelaku usaha tas tenun tikar UD Bintang ABC di Desa Karangrejo Purwosari. Dari proses observasi yang dilakukan tim pengabdian, terdapat beberapa hal yang harus dievaluasi terutama dalam pemasarannya. Pemasaran yang diterapkan masih secara tradisional hingga membuat UD Bintang ABC tidak bisa berkembang secara pesat di dunia usaha. Setelah mengetahui permasalahan yang dialami, dibuat kesepakatan dan kerjasama dalam pelaksanaan program pendampingan dan penguatan UMKM secara berkala. Kegiatan koordinasi ini dilaksanakan pada tanggal 24 november 2020.

Pada kegiatan observasi ini Tim terjun langsung untuk melihat keadaan dilapangan. Melakukan analisa dan wawancara terhadap pemilik usaha untuk mendapatkan informasi apa yang dibutuhkan saat ini oleh UD Bintang ABC. Hingga akhirnya tim dapat menyimpulkan dan melihat permasalahan yang selama

ini menghambat perkembangan bisnis UMKM ini.



**Gambar 1.** *Observasi umkm*

### **Rumusan masalah**

Pada tahapan ini dilakukan pengembangan dari hasil diskusi. Setelah dilakukan observasi dan mencari informasi terhadap mitra pengabdian ditemukan beberapa masalah yaitu tentang kurangnya inovasi pemasaran. selama ini UD Bintang ABC melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan melayani sales, mendisplay toko dan menerima pesanan. Sehingga usaha ini sulit berkembang dan masih minim orang yang mengetahui dari produk tas tenun tikar yang diproduksi UD Bintang ABC.

Kurangnya pengetahuan tentang digital marketing membuat UMKM ini hanya melakukan pemasaran produk secara tradisional saja. Padahal di era sekarang persaingan bisnis semakin ketat dan setiap pelaku usaha dituntut untuk kreatif dan inovatif baik dalam produk

atau pemasarannya. Masalah yang telah ditemukan ini selanjutnya dijadikan input untuk merancang pelaksanaan program pengembangan dan pendampingan digital marketing atau pemasaran secara online.

### **Problem solving**

Tahapan selanjutnya yaitu mencari solusi dari permasalahan mitra yang telah ditemukan. Tim pengabdian berinisiasi untuk mengatasi permasalahan pemasaran yang dihadapi selama ini yaitu dengan menerapkan digital marketing atau memasarkan produk secara online. Bentuk kerja sama yang telah dirancang oleh tim dan mitra adalah fokus terhadap pengembangan pemasaran e-commerce Shopee. Dengan memanfaatkan e-commerce Shopee, diharapkan UD Bintang ABC bisa memperluas dan meningkatkan pemasaran produk tas tenun tikarnya.

Di era digital saat ini persaingan bisnis sangatlah ketat. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk bisa beradaptasi dengan keadaan sekarang atau jika tidak maka akan kalah dengan para pesaing. Pemasaran merupakan salah satu hal yang penting dalam dunia bisnis. Jika pemasaran yang dilakukan sudah tepat maka perusahaan akan bisa semakin berkembang. Banyak perusahaan yang gagal hanya karena

pemasaran yang kurang tepat. Jika perusahaan mampu memanfaatkan peluang seperti digital marketing maka perusahaan akan tetap bertahan dan tidak akan kalah dengan pesaing. Penggunaan e-commerce dalam pemasaran lebih efisien dimana penggunaan e-commerce tersebut akan memperlihatkan kemudahan dalam berpromosi, bertransaksi, pengurangan biaya dan mempercepat proses transaksi.

### **Pelaksanaan**

Pada saat ini, media promosi yang paling efektif dan efisien adalah menggunakan media internet atau secara online. Dengan menggunakan media internet perusahaan tidak membutuhkan banyak biaya untuk mempromosikan produk-produknya dan jangkauannya pun lebih luas. Kesadaran untuk menjalin hubungan dengan pelanggan pun meningkat.

Tahapan pelaksanaan pengembangan dan pendampingan disini fokus pada platform Shopee. Pada tahapan ini adalah tim melakukan implementasi dari solusi yang telah ditetapkan sebelumnya. Tim melakukan pendampingan secara langsung melalui beberapa tahapan yaitu cara mendaftarkan akun Shopee dan cara mengoperasikan akun Shopee, membuat foto produk yang menarik, dan

bagaimana cara komunikasi yang baik dengan konsumen, hingga tentang penguploadan produk. Tim melakukan pendampingan pada tanggal 25,26 dan 30 november 2020.

Namun, untuk memastikan bahwa konten yang kita sajikan benar-benar efektif dan relevan ada parameter yang perlu diperhatikan yaitu tingkat interaksi pelanggan terhadap konten yang kita kelola. Penilaian dari pelanggan juga penting untuk menarik calon pelanggan dan menjadi evaluasi bagi pelaku usaha atas masukan yang diberikan konsumen. Akan tetapi, perusahaan juga perlu berhati-hati karena saat ini juga banyak penipuan dalam bisnis online.



**Gambar 2** Proses pembuatan tas tenun tikar



**Gambar 3** Pemotretan tas tenun tikar jadi



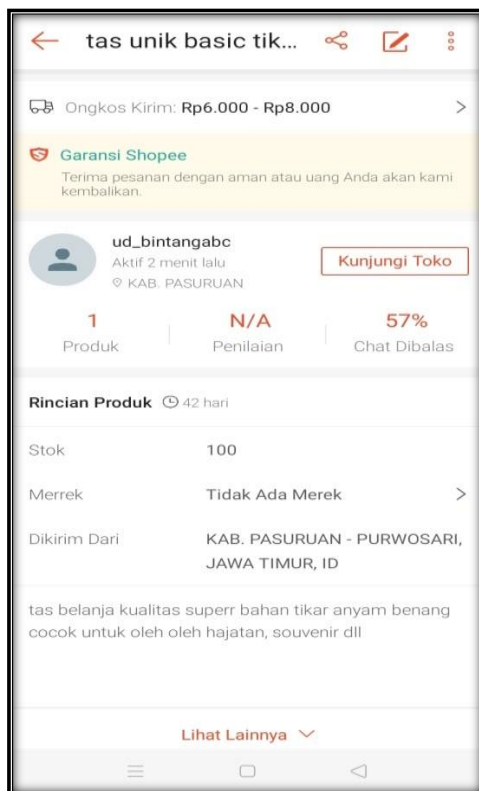
**Gambar 4** Proses pembuatan tas tenun tikar

### Output

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari program pendampingan pengembangan pemasaran yang dilakukan oleh tim pengabdian. Hasil yang telah dicapai dalam program pengabdian ini adalah bertambahnya wawasan kepada pelaku usaha tentang betapa pentingnya pemasaran produk secara online yang memiliki dampak sangat besar terhadap perkembangan usaha. Digital marketing yang diterapkan yaitu melalui Marketplace Shopee dimana pendampingan kepada pelaku usaha dilakukan agar bisa mengelola akun Shopee secara baik, mempromosikan dan memasarkan produk secara benar dan terus menerus.

Setelah menerapkan penjualan melalui Marketplace Shopee beberapa hari, bisa dikatakan bahwa UD Bintang ABC tidak lagi menjual produknya secara tradisional saja akan tetapi sudah mulai memperluas pemasarannya melalui digital marketing. Namun dalam akun

Shopee yang dimiliki masih belum begitu terlihat peningkatan penjualannya mengingat toko online UD Bintang ABC di Marketplace ini masih baru. Dengan adanya toko online di Shopee yang diberi nama "Ud\_bintangabc" harapannya produk yang dipromosikan sudah mulai dikenal lebih luas.



**Gambar 5** Akun Shopee UD Bintang ABC

### Pembahasan

Metode penelitian PAR atau Participatory Action Research yang kami terapkan kedalam pengabdian ini membuat kami harus berbaur langsung kedalam UD Bintang ABC dan melakukan wawancara secara langsung untuk mengetahui permasalahan yang ada. Diketahui bahwa

selama ini pemasaran yang di terapkan UD Bintang ABC adalah melakukan pemasaran tradisional yakni melakukan penjualan dengan melayani sales, mendisplay toko dan menerima pesanan. Cara tersebut harus diubah karena seiring perkembangan jaman UMKM ini harus mulai beralih ke digital marketing mengingat semakin banyaknya pesaing dan untuk menjangkau konsumen secara lebih cepat, tepat dan luas.

Penerapan digital marketing yang tim lakukan adalah melalui akun Shopee dimana tim melakukan pendampingan untuk pendaftaran Marketplace Shopee sampai cara penggunaannya. Saat ini perkembangannya sudah baik melihat UMKM yang awalnya hanya melakukan pemasaran tradisional kini sudah beralih dan memiliki Marketplace untuk memperluas pasarnya. Dengan adanya pemahaman tentang digital marketing berpengaruh positif untuk meningkatkan penjualan produk yang telah dihasilkan dan untuk keberlanjutan UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Program pengabdian ini bisa dikatakan berhasil karena saat ini UD Bintang ABC sudah mempunyai toko online sendiri di Marketplace Shopee. Program pendampingan yang dilakukan tim memberikan pengetahuan baru untuk memperkenalkan produknya secara online dan memperluas pangsa pasar tanpa menghilangkan pemasaran tradisionalnya.

permasalahan pemasaran yang selama ini dihadapi oleh UD Bintang ABC.

## KESIMPULAN

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan tim pengabdian bahwa penerapan metode penelitian PAR atau Participatory Action Research memperlihatkan kami permasalahan yang di alami UD Bintang ABC terutamanya dalam pemasaran. Selama ini UD Bintang ABC cenderung menggunakan pemasaran secara tradisional dibandingkan digital marketing karna kurangnya pengetahuan tentang dampak dan manfaat digital marketing.

Pengembangan dan pendampingan digital marketing melalui E-Commerce Shopee telah menjadi solusi untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran bagi UD Bintang ABC. Adanya akun Shopee menjadi salah satu cara untuk menguasai pasar local pasuruan dimana UMKM yang awalnya hanya mengandalkan penjualan secara tradisional kini sudah mulai menerapkan digital marketing untuk meningkatkan daya saing di pasaran. Dengan adanya digital marketing menambah luas pasar yang bisa di jangkau serta meningkatkan dari segi penjualan. Hasil pengembangan dan pendampingan ini memberikan jawaban atas

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Utami, Sulisty Seti. Aini, Nur. (2019). Pemanfaatn E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Handycraft Mama Art Deco. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.
- [2] Huda, Miftahul. (2019). Pendampingan dan Penguatan UMKM Batik Tulis Karangjati Pandaan Melalui Engagement Marketing Social Media. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.
- [3] Nasir, Munawir. Basalamah, Jafar. Kusuma, Aditya Halim Perdana. (2019). Kegiatan E-Marketing sebagai bentuk Kewirausaan Dini Bagi Pelajar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.
- [4] Nasrullah, Dede. Hidayatullah, Achmad. WP, Satria Unggul. (2017). Pendampingan E-Commerce dan Pendidikan di Cerme Kecamatan Ngimbang Lamongan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 11-17.