

PENERAPAN TEKNOLOGI PEMASARAN PRODUK MENGGUNAKAN E-COMMERCE PADA UMKM DI DESA MANGUNHARJO, KECAMATAN TEMBALANG, KOTA SEMARANG

**Jati Nugroho^{1)*}, Isnaini Nurkhayati²⁾, Winarto³⁾, Jumi⁴⁾, Putut Haribowo⁵⁾, Sri Marhaeni⁶⁾,
Endang Sulistiyani⁷⁾, Mona Inayah Pratiwi⁸⁾, Ana Putri Nastiti⁹⁾, Rifa Mutia Azaa
Rahmawati¹⁰⁾, Widya Nopita Wijayanto¹¹⁾**

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang,
Jl. Prof. H. Sudarto, S.H., Tembalang, Semarang, 50275
*E-mail: jatinugroho@polines.ac.id

Abstract

Primary Community Service in Mangunharjo Village, Tembalang Sub-District, Semarang City aims to help provide solutions to marketing and business improvement issues faced by micro, small, and medium-sized enterprises (UMKM) entrepreneurs, in order to increase their income. The challenges faced by the various Cracker and Chips UMKM in Mangunharjo Village, Tembalang Sub-District, Semarang City, include the lack of skills among UMKM entrepreneurs in mastering technology, creative thinking, and innovation in marketing their products. The proposed solutions include providing an understanding of the importance of social media, especially e-commerce, in expanding their market nationally and internationally to increase sales revenue, generating new ideas from online media, and assisting in setting up e-commerce accounts on platforms such as Shopee, Lazada, Tokopedia, and others, as well as helping with advertising on these e-commerce platforms.

The method used is to provide socialization, training, and guidance on the application of online marketing technology using e-commerce.

The implementation of Product Marketing Technology using e-commerce for UMKM in Mangunharjo Village, Tembalang Sub-District, Semarang City, will have an impact on expanding the market area, increasing sales revenue, and increasing profits for UMKM entrepreneurs. As educators, this is a demand to assist the government by engaging in community service activities for the various Cracker and Chips UMKM in Mangunharjo Village, Tembalang Sub-District, Semarang City, to improve their quality of life. The shift from conventional marketing to online marketing through e-commerce must be accompanied by the ability of UMKM entrepreneurs to use online marketing technology. UMKM is believed to be able to boost Indonesia's economy. The use of digital marketing-based marketing concepts is expected to be a hope for UMKM to become a center of economic power. Online marketing media is expected to be an effective choice for UMKM entrepreneurs to reach a wider market area, increase sales revenue, thus resulting in increased profits for the various Cracker and Chips UMKM in Mangunharjo Village, Tembalang Sub-District, Semarang City. Conventional promotional media that require a lot of costs and are much more complicated are no longer the main focus for UMKM entrepreneurs with the existence of digital marketing.

Keywords: *Marketing, e-commerce, technology implementation, digital business, online marketing*

Abstrak

Pengabdian Masyarakat Pratama di Desa Mangunharjo, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang bertujuan untuk membantu memberikan solusi permasalahan di bidang pemasaran dan peningkatan usaha yang dihadapi para pelaku UMKM, agar dapat meningkatkan pendapatan. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik Desa Mangunharjo, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang adalah kurangnya kemampuan para pelaku UMKM dalam menguasai IPTEK, berpikir kreatif dan berinovasi dalam memasarkan produknya. Solusi yang akan diberikan; Memberikan pemahaman akan arti pentingnya media sosial khususnya e-commerce dalam memperluas wilayah pemasaran secara nasional dan internasional guna meningkatkan omzet penjualan, menciptakan ide-ide baru dari media-media online dan pendampingan pembuatan akun e-commerce seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan e-commerce lainnya serta membantu pemasangan iklan pada e-commerce tersebut.

Metode yang digunakan adalah dengan memberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan penerapan teknologi pemasaran secara online menggunakan e-commerce.

Penerapan Teknologi Pemasaran Produk Menggunakan e-commerce pada UMKM di Desa Mangunharjo, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang, akan berpengaruh terhadap perluasan wilayah pemasaran, peningkatan omzet penjualan dan peningkatan keuntungan bagi pelaku UMKM. Sebagai pendidik, hal ini merupakan tuntutan untuk dapat membantu Pemerintah, dengan melakukan kegiatan pengabdian pada UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik pada Desa Mangunharjo, Kec. Tembalang, Kota Semarang sehingga taraf hidupnya menjadi lebih baik.

Perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke pemasaran online melalui e-commerce harus diimbangi dengan kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi pemasaran online. UMKM dipercaya mampu memacu perekonomian Indonesia. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan bagi UMKM agar dapat berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Media pemasaran online diharapkan menjadi pilihan yang efektif bagi pelaku UMKM agar dapat menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas, meningkatkan omzet penjualan, sehingga akan berdampak pada peningkatan tingkat keuntungan UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik Desa Mangunharjo, Kec. Tembalang, Kota Semarang. Media promosi konvensional yang banyak membutuhkan biaya dan jauh lebih rumit dengan sendirinya tidak lagi menjadi perhatian utama bagi pelaku UMKM dengan adanya digital marketing.

Kata Kunci: Pemasaran, e-commerce, penerapan teknologi, bisnis digital, online marketing.

PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi yang tepat sangat berkorelasi terhadap perkembangan UMKM di era industri 4.0. Penerapan Teknologi pemasaran online melalui *e-commerce* dapat menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas dibanding pemasaran secara konvensional, sehingga hal ini menjadi pilihan yang tepat untuk peningkatan usaha UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik, di Desa Mangunharjo.

Penerapan Teknologi pemasaran melalui *e-commerce* selain biayanya murah juga tidak perlu memiliki keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih konsumen. Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik di Desa Mangunharjo, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang mengenai penerapan teknologi pemasaran melalui media *e-commerce* guna memperluas wilayah pemasaran dan peningkatan usaha sebagai dasar yang menginspirasi tim Pengabdian kepada Masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi, memberikan pelatihan dan pendampingan penerapan teknologi pemasaran berbasis digital.

UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik di Desa Mangunharjo, Kecamatan Tembalang belum menerapkan teknologi pemasaran menggunakan media *e-commerce* untuk memperluas wilayah pemasaran produknya, maka perlu diberikan pengetahuan tentang pentingnya penerapan teknologi untuk memperluas wilayah pemasaran dan meningkatkan penjualan.

Kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Mangunharjo, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang berada pada kategori usaha mikro. UMKM ini bergerak di bidang penjualan makanan ringan berupa aneka kerupuk dan keripik yang diproduksi secara mandiri. UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik, yang ada di Wilayah Desa Mangunharjo, Kecamatan Tembalang, merupakan home industri yang diketuai oleh Ibu Djuwariah, terdiri dari 5 pengrajin Kerupuk dan Keripik. Mereka merupakan penduduk asli di kelurahan Mangunharjo. Mereka sangat gigih dan ulet dalam menjalankan usahanya meskipun keuntungan yang diperoleh tidak banyak.

UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik, Desa Mangunharjo, yang diketuai oleh Ibu Djuwariah adalah usaha mandiri, yang mampu menciptakan lapangan kerja bagi mereka sendiri di samping dapat membantu masyarakat sekitar, yaitu ibu-ibu rumah tangga di sekitar usahanya, dengan menyediakan lapangan kerja informal, di UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik, sebagai buruh lepas dan tenaga pemasaran. Jarak lokasi usaha UMKM mitra, dari kampus Polines, + 7,2 Km. Kecamatan Tembalang, mempunyai banyak Perguruan Tinggi dan beberapa sekolah sehingga wilayah tersebut saat ini sangat ramai, terlebih-lebih dengan pindahnya sebagian besar Kampus UNDIP ke wilayah Tembalang. Hal ini menjadikan wilayah ini sangat ramai dikunjungi mahasiswa, sehingga sangat potensial untuk berkembangnya usaha-usaha UMKM di bidang kuliner terutama makanan ringan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah dilakukan, serta identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kerupuk dan Keripik Desa Mangunharjo, Kec. Tembalang maka perumusan permasalahan yang dihadapi antara lain :

a. Masalah di bidang penerapan Teknologi Pemasaran online melalui *e-commerce*

Anggota UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik Desa Mangunharjo, Kecamatan Tembalang belum menguasai Teknologi Pemasaran online melalui *e-commerce*, belum memiliki akun media sosial, dan belum bisa menerapkannya guna perluasan usaha serta pengembangan usaha. Masih sangat sedikit SDM pada UMKM Kerupuk dan Keripik Desa Mangunharjo yang memahami dan menguasai dengan baik dan benar konsep dan implementasi teknologi *e-commerce*. Selain itu, mitra belum mengenal tata cara pemasaran desain produk yang menarik dan efektif guna menarik minat khalayak calon pembeli.

b. Masalah dibidang produksi dan peralatan produksi

1. Sarana penjualan hasil produksi hanya menggunakan media sederhana dan belum tersentuh peralatan berbasis IPTEK.
2. Peralatan yang digunakan dalam proses produksi kerupuk dan keripik masih menggunakan cara tradisional.

c. Masalah di bidang Manajemen

1. Usaha mereka belum dilandasi oleh manajemen bisnis yang memadai
2. Rendahnya pengetahuan pengelolaan, pemasaran, dan pengembangan usaha
3. Cara pemasaran produk masih menggunakan cara konvensional, belum melakukan kreativitas dan keinovasian dalam memasarkan produknya di era digital menggunakan media *e-commerce*.
4. Kurangnya infrastruktur/sumber daya yang memadai
5. Rendahnya pemahaman mengenai cara kerja jasa pengiriman barang, seperti pos, JNE, JNT, TIKI, Lion Parcel, dll.

d. Masalah di bidang perseorangan

Belum terbentuknya *high trust society* atau tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap situs-situs

belanja online yang ada pada sumber daya manusia. Ini disebabkan karena masih banyaknya penipuan-penipuan yang terjadi pada saat konsumen berbelanja secara online. Isu keamanan data pribadi juga menjadi salah satu alasan pelaku UMKM enggan untuk melakukan ekspansi kegiatan pemasarannya ke ranah digital atau *e-commerce*.

e. Masalah di bidang perundang-undangan

E-commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan marketplace besar lainnya memang sudah menjadi media transaksi online yang terpercaya dan bertanggung jawab. Namun, belum ada perlindungan konsumen untuk transaksi pada pelaku usaha pengguna media sosial dan situs pribadi.

f. Modal

Modal yang dimiliki untuk mengembangkan produk dan usahanya masih sangat terbatas. Oleh karena itu, karena jumlah modal yang dimiliki terbatas maka infrastruktur pendukung jalannya UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik kurang memadai, sehingga kegiatan pemasaran produk tidak terlaksana secara maksimal.

Pemberian informasi pengetahuan dan keterampilan penggunaan sosial media diharapkan dapat memperluas wilayah pemasaran, meningkatkan omset penjualan, dan peningkatan kualitas dan kuantitas produksi pelaku UMKM. Pelaksanaan pengabdian diharapkan dapat membuka wawasan dan cara kerja yang benar dan pada akhirnya dapat meningkatkan penghasilan dan taraf hidup UMKM Kerupuk dan Keripik, di Desa Mangunharjo. Peran serta Perguruan Tinggi dalam pengembangan teknologi bagi UMKM diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup bagi pelaku UMKM di Desa Mangunharjo, Kecamatan Tembalang.

Untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh UMKM Kerupuk dan Keripik di Desa Mangunharjo, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang, tentunya dibutuhkan solusi yang tepat. Dengan solusi tersebut, diharapkan UMKM mitra dapat berkembang sesuai dengan tujuan yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Berdasarkan permasalahan yang ada, tim pengabdian masyarakat merumuskan beberapa solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi mitra. Solusi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman akan arti penting mengenai pengetahuan perkembangan revolusi bisnis melalui media *E-Commerce* dalam memperluas jangkauan wilayah pemasaran produk UMKM.
2. Menciptakan ide-ide baru dari media-media online dan pendampingan di pembuatan akun Shopee, Lazada, Tokopedia, dan *E-commerce* lainnya serta membantu pemasangan iklan pada *E-Commerce* tersebut.
3. Melakukan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan pembuatan Akun Bisnis di *E-Commerce* agar pelaku UMKM mampu memasarkan produknya secara online.
4. Melatih cara mendapatkan ide-ide kreatif yang murah dari media sosial guna meningkatkan omset penjualan.

5. Menyadarkan para pelaku UMKM tentang pentingnya pemasaran digital pada era industri 4.0.
6. Meningkatkan keterampilan menggunakan media sosial untuk meningkatkan kreativitas dan keinovasian produk UMKM.

METODE

Setelah memahami konsep permasalahan dan penyelesaian masalah dalam konsep pengabdian kepada masyarakat seperti yang telah diuraikan pada Bab I dan II, selanjutnya metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dan dampak dari adanya kegiatan adalah:

1. Metode Kegiatan

Metode atau cara yang dipakai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: Pelatihan dan pendampingan Penerapan Teknologi Pemasaran Online melalui E-Commerce pada UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik Desa Mangunharjo, Kec. Tembalang. Setelah pelatihan dan pendampingan diharapkan produk UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik semakin dikenal luas di Kota Semarang dan sekitarnya, produk semakin kreatif dan inovatif serta berkualitas. Pelatihan disampaikan oleh Dosen Polines Jurusan AB yang ahli di bidangnya, serta didampingi oleh mahasiswa yang membantu peserta pelatihan di dalam membuat serta menjalankan Akun Bisnis dan website.

2. Dampak kegiatan

Dampak dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

- 1) Penciptaan dampak kewilayahan kegiatan pengabdian adalah semakin dikenalnya UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik Desa Mangunharjo, Kec. Tembalang.
- 2) Dampak pemberian nilai tambah pada produk UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik Desa Mangunharjo, Kec. Tembalang, adalah meningkatnya kualitas produk sehingga menjadi produk kuliner yang kreatif, inovatif, unik, dan khas. Penyerapan tenaga kerja pada masyarakat sekitar UMKM dan penumbuhan jiwa wirausaha penduduk guna pemanfaatan waktu luang penduduk Desa Mangunharjo dan sekitarnya untuk memasarkan produk baik secara offline maupun online pada Wilayah Semarang dan sekitarnya.

Penciptaan dampak kewilayahan kegiatan P3M Polines, sehingga semakin dikenalnya Lembaga dan Unit P3M Polines pada wilayah Jateng dan sekitarnya

Beberapa target luaran yang akan diselesaikan dalam konteks dukungan usul pengabdian kepada masyarakat yang dibiayai DIPA Polines dalam penyelesaian permasalahan masyarakat dalam hal ini adalah permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu UMKM Kerupuk dan Keripik di Desa Mangunharjo, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang meliputi:

1. Penerapan Teknologi Pemasaran online yang efektif oleh UMKM, menggunakan media E-Commerce; Shopee, Lazada, Tokopedia, dan E-commerce lainnya
2. Peningkatan wilayah pemasaran, omset penjualan, pengembangan usaha, dan tingkat keuntungan UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik Desa Mangunharjo, Kec. Tembalang.

3. UMKM dapat memaksimalkan media sosial untuk pengembangan usaha.
4. Menambah pengetahuan dan wawasan mitra sehingga lebih kreatif dan inovatif dalam menjalankan usahanya.
5. Mendorong agar pelaku UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik Desa Mangunharjo mampu menciptakan lapangan kerja untuk lingkungannya.
6. Mendorong agar pelaku UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik Desa Mangunharjo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul: “Penerapan Teknologi Pemasaran Produk Menggunakan E-Commerce Pada UMKM di Desa Mangunharjo Kecamatan Tembalang, Kota Semarang”, dapat dilaksanakan dengan baik, lancar dengan didukung sarana dan prasarana yang disediakan oleh penyelenggara pelatihan. Adapun materi yang diberikan meliputi; pemaparan dasar dan cara kerja e-commerce, penjelasan syarat dan resiko berjualan menggunakan e-commerce, pelatihan copywriting, praktek pembuatan akun bisnis pada e-commerce, pelatihan manajemen pengelolaan supply chain barang, pemasaran, dan memberikan kiat untuk peserta agar lebih berani dan kreatif dalam berinovasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan hasil kerjasama dengan pihak Kecamatan Tembalang Semarang. Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada hari Sabtu, 09 September 2023, jam 09.00 WIB s/d 13.00 WIB, bertempat di Dk. Gendong, RT 05, RW 03, Kel. Mangunharjo, Kec. Tembalang, Kota Semarang. Pembukaan dan sambutan dilaksanakan oleh: Ketua Tim Pengabdian Jati Nugroho, SE, MM, dan Ketua Kelompok UMKM Aneka Kerupuk dan Keripik; Ibu Djuwariah. Peserta Pengabdian dihadiri oleh 5 kelompok pengrajin kerupuk dan keripik, tiap kelompok beranggotakan 2 orang sehingga total peserta sejumlah 10 orang.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, disimpulkan sebagai berikut:

1. Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat diikuti oleh 5 pengrajin Aneka Kerupuk dan Keripik, setiap kelompok terdiri dari 2 anggota, sehingga peserta pengabdian sejumlah 10 orang.
2. Materi yang diberikan: Pelatihan dan praktik e-commerce, copywriting, dan marketing e-commerce guna memperluas potensi pasar dan meningkatkan pendapatan UMKM.
3. Kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan baik
4. Bantuan Peralatan yang diberikan berupa:
 - a. 10 buah voucher kuota internet
 - b. 2 buah smartphone android

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Evasari, A.D., Utomo, Y.B. and Ambarwati, D. (2019) “Pelatihan Dan Pemanfaatan e-commerce sebagai media Pemasaran produk UMKM di Desa tales kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri,” *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), pp. 75–84. Available at: <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.60>
- [2] Harto, B, Komalasari, R. (2020). Optimalisasi Platform Online Internet Marketing Untuk SME Little Rose Bandung. *Empowerment in the Community*, 1(1), 1-6. doi: <http://dx.doi.org/10.31543/ecj.v1i1.357.g38>
- [3] Hermawan. I., Inayah, Suharmanto, Khakim L., Nugroho, J., & Adah, N.N. (2022) The role of Entrepreneurial Orientation, Organizational Culture and Technology Resources in Encouraging Supply Chain Management.
- [4] Hermawan. I., Inayah, Suharmanto, Khakim L., Nugroho, J., & Andriani, D. (2020) Relational Capital dan IT Employeeed Capabilty Dalam Mendorong Peran Organizational Learning Serta Dampaknya pada Business Performance.
- [5] Inayah, I., Nugroho, J., Hermawan, I., Indrasari, F., Setyadi, D. (2022) PENERAPAN MANAJEMEN SANITASI HIGIENIS SERTA PRODUKSI BERSIH PADA BUDIDAYA IKAN SKALA RUMAHAN DI ERA PANDEMI COVID-19 VOL 4, NO 1, Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. Available at: <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/Sentrikom/article/view/3419>
- [6] Komalasari, R. (2020). Manfaat Teknologi Informasi dan Komunikasi di Masa Pandemi Covid 19. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(1), 38–50. Rahayu, R., Day, J. (2017)
- [7] Nurkhayati, I., Azizah, A., Winarto, W., Nugroho, J. (2023) ‘PENGOLAHAN LIMBAH TERNAK SAPI MENJADI PUPUK BOKASHI DI KECAMATAN GETASAN, KABUPATEN SEMARANG, Available at: <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/Sentrikom/article/viewFile/4501/108589>.
- [8] Nurkhayati, I., E Sulistiyani, P Haribowo, A Suratno, S Marhaeni., Nugroho, J. (2022) ‘Penerapan Iptek dan Peningkatan Kualitas Produk Aneka Kerupuk dan Keripik di Desa Meteseh, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang’, *DIKEMAS*, 6(1), pp. 38–43. doi: <https://doi.org/10.32486/dikemas.v6i1.251>.
- [9] Oktaviani, L. et al. (2022) Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Marning, 2(1), pp. 369–375. Available at: <https://jurnal.politap.ac.id/index.php/literasi/article/view/286/198>
- [10] Trulline, P. (2021) “Pemasaran produk UMKM melalui media sosial Dan e-commerce,” *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), p. 259. Available at: <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>