



Pelatihan dan Pemanfaatan E-Commerce sebagai Media Pemasaran Produk UMKM di Kecamatan Cikarang Pusat

(Training and Utilization of E-Commerce as a Marketing Media for MSME Products in Central Cikarang District)

Meidiana Putri Alyssa ^{1*}, Ety Zuliawati Zed ², Jasmine Nanda Shabirah ³, Ayu Ainunisa ⁴

¹⁻⁴ Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Email : meidianaalyssa2005@gmail.com ^{1*}, ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id ², jasmine.shabiral3@gmail.com ³, ayuaynunisa@gmail.com ⁴

Article History:

Received: Oktober 14, 2024;

Revised: November 11, 2024;

Accepted: Desember 07, 2024;

Published: Desember 10, 2024

Keywords : Training, E-Commerce, Product Marketing Media, MSME

Abstract: *The implementation of this community service involves one MSME, namely 'Mask and Furniture Wholesale Shop'. Located in Jayamukti Village, Central Cikarang District, Bekasi Regency or about 4.0 km from Pelita Bangsa University. MSMEs wholesale masks and furniture play a strategic role in meeting community needs, especially during the pandemic and changes in people's lifestyles that lead to online shopping. This service aims to examine the effect of training and e-commerce utilization in improving the competitiveness and operational efficiency of wholesale stores in this sector. Through training that focuses on the use of e-commerce platforms and internet-based marketing strategies, it is hoped that this training can evaluate the impact of digital transformation on the business growth of mask and furniture wholesale stores. The method used is a qualitative method, namely through a case study approach and in-depth interviews with MSME players, with the aim of analyzing the effectiveness of training that focuses on the use of ecommerce platforms and online marketing strategies. The results of the service showed that ecommerce training improved the ability of MSMEs to access a wider market, optimize business management, and increase sales. In addition, MSME players also face challenges such as technology adaptation and logistics management. This study provides recommendations on the importance of continuous training, technological infrastructure support, and collaboration between the government and e-commerce platforms to maximize the potential of wholesale MSMEs in the digital era..*

Abstrak

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan satu UMKM yaitu 'Toko Grosir Masker dan Perabot'. Bertempat di Desa Jayamukti, Kecamatan Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi atau berjarak sekitar 4,0 km dari Universitas Pelita Bangsa. UMKM grosir masker dan perabot memainkan peran strategis dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama selama masa pandemi dan perubahan gaya hidup masyarakat yang mengarah pada belanja online. Pengabdian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pelatihan dan pemanfaatan e-commerce dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional toko grosir di sektor ini. Melalui pelatihan yang berfokus pada penggunaan platform e-commerce dan strategi pemasaran berbasis internet, diharapkan pelatihan ini dapat mengevaluasi dampak transformasi digital terhadap pertumbuhan bisnis toko grosir masker dan perabot. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu melalui pendekatan studi kasus dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, dengan tujuan menganalisis efektivitas pelatihan yang berfokus pada penggunaan platform e-

commerce dan strategi pemasaran online. Hasil dari pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan e-commerce meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengakses pasar yang lebih luas, mengoptimalkan pengelolaan bisnis, serta meningkatkan penjualan. Selain itu, pelaku UMKM juga menghadapi tantangan seperti adaptasi teknologi dan manajemen logistik. Studi ini memberikan rekomendasi tentang pentingnya pelatihan berkelanjutan, dukungan infrastruktur teknologi, dan kolaborasi antara pemerintah serta platform e-commerce untuk memaksimalkan potensi UMKM grosir dalam era digital.

Kata Kunci : Pelatihan, E-Commerce, Media Pemasaran Produk, UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor yang memegang peran krusial dalam perekonomian Indonesia. UMKM memiliki fungsi strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional (Chomariah et al., 2022). Kontribusi UMKM terhadap penciptaan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengembangan ekonomi lokal tidak bisa diabaikan. Di Kecamatan Cikarang Pusat, UMKM berkembang dalam berbagai sektor, salah satunya adalah usaha grosir yang menjual produk masker dan perabot rumah tangga. Besarnya minat pasar untuk produk yang dihasilkan UMKM adalah salah satu peluang bisnis yang menguntungkan.



Gambar 1. Toko UMKM “Grosir Masker dan Perabot” Cikarang Pusat

Namun, di tengah perkembangan era digital banyak UMKM yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung di toko fisik atau melalui media pemasaran sederhana. Kondisi ini semakin menantang ketika pandemi COVID-19 melanda, memaksa perubahan pola konsumsi masyarakat dari offline ke online. Pasca pandemi, UMKM didorong untuk beradaptasi dengan dunia digital dalam memasarkan produk mereka. Salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan platform e-commerce (Ni Wayan Eka Wijayanti^{1*}, Ni Wayan Suardiati Putri², 2021). Penggunaan teknologi pemasaran online melalui e-commerce memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan dengan pemasaran konvensional, menjadikannya strategi yang efektif untuk mendorong pertumbuhan usaha

(haris, 1967). E-Commerce adalah model bisnis yang memungkinkan perusahaan dan individu untuk membeli dan menjual produk, jasa, serta informasi secara online melalui internet (Ula et al., 2023). E-commerce, yang telah lama menjadi tren global, mengalami percepatan adopsi yang signifikan di Indonesia.

Di era digital saat ini, pelaku UMKM sebaiknya memanfaatkan media digital sebagai salah satu strategi pemasaran untuk meningkatkan visibilitas produk mereka, sehingga konsumen dapat lebih mengenal dan tertarik dengan produk yang ditawarkan (Dita Ardiani Chirana et al., 2023). Namun, tidak semua UMKM mampu memanfaatkan peluang ini. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran menjadi kendala utama bagi UMKM, termasuk toko grosir masker dan perabot di Kecamatan Cikarang Pusat. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pelatihan yang fokus pada pemanfaatan e-commerce sebagai media pemasaran guna meningkatkan penjualan produk UMKM “Grosir Masker dan Perabot” agar mampu bersaing di pasar digital. Platform yang digunakan yaitu shopee, platform ini memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual produk secara online.

Shopee adalah platform belanja online yang memfasilitasi aktivitas jual beli berbagai produk, mulai dari kebutuhan harian hingga barang elektronik. Diluncurkan pada tahun 2015, Shopee menyediakan berbagai fitur unggulan seperti gratis ongkir, pilihan metode pembayaran yang fleksibel, dan promo menarik. Platform ini juga mendukung UMKM dalam memperluas jangkauan pasar melalui fitur pemasaran digital dan program pelatihan. Platform e-commerce Shopee memiliki kontribusi penting dalam mendukung strategi pemasaran bagi pelaku usaha, khususnya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Istiqomah et al., 2023). Shopee membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau dan menarik minat konsumen secara lebih efisien (Istiqomah et al., 2023). Platform ini menawarkan berbagai promosi menarik untuk meningkatkan penjualan dan memudahkan pengguna untuk berbelanja kapan saja melalui aplikasi. Pelatihan e-commerce merupakan proses pendidikan untuk mengembangkan keterampilan yang diperlukan dalam menggunakan platform e-commerce, termasuk pengelolaan toko online, pemasaran digital, dan layanan pelanggan.

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada pelaku UMKM dengan bantuan penggunaan internet untuk penjualan produk supaya lebih efektif dan efisien dalam memanfaatkan platform e-commerce, seperti marketplace dan media sosial, sebagai sarana promosi sekaligus sarana pemasaran produk. Dengan adanya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan pelaku UMKM dapat memperluas

jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi penjualan, dan mengoptimalkan pendapatan melalui strategi digital marketing yang tepat.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam kegiatan ini meliputi:

- 1. Survei Awal** : Pada tahap ini, dilakukan survei awal untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta tentang e-commerce. Serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi UMKM dalam pemasaran produk secara online.
- 2. Sesi Pengenalan** : Pada tahap ini, kegiatan difokuskan untuk mengenalkan konsep dasar e-commerce, peran e-commerce dalam memperluas pasar dan keuntungan menggunakan platform digital. Tujuannya untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada pelaku UMKM tentang apa itu e-commerce dan bagaimana mereka dapat memanfaatkannya untuk memperluas bisnis.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu:

- 1. Tahap Persiapan** : Tahap ini dimulai dengan melakukan survei kepada pelaku UMKM melalui wawancara singkat untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai tingkat pengetahuan dan kebutuhan spesifik dari pelaku UMKM terkait e-commerce. Tahap ini penting untuk mengidentifikasi di mana posisi mereka saat ini dalam hal penggunaan teknologi digital, serta masalah atau tantangan yang mereka hadapi dalam beradaptasi dengan dunia digital.
- 2. Tahap Pelaksanaan** : Tahap ini terdiri dari pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dengan cara memberikan pemahaman dasar tentang e-commerce dan manfaatnya bagi UMKM. Dengan penyampaian teknik pemasaran digital yang efektif dan praktik langsung bagaimana cara memanfaatkan e-commerce sebagai media pemasaran produk.
- 3. Tahap Evaluasi** : Setelah pelatihan dan pendampingan, evaluasi dilakukan untuk mengukur seberapa baik pelaku UMKM memahami dan menerapkan pengetahuan yang mereka peroleh. Evaluasi ini melihat hasil implementasi e-commerce dalam kegiatan usaha mereka, seperti meningkatkan penjualan, meningkatkan jangkauan pasar, dan efektivitas pemasaran digital. Tim pendamping akan menggunakan hasil evaluasi untuk memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan strategi lanjutan, termasuk memberikan bimbingan lebih lanjut kepada usaha kecil dan menengah (UMKM).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian ini berfokus pada pelatihan dan pendampingan intensif bagi UMKM "Toko Grosir Masker dan Perabot" di Kecamatan Cikarang Pusat, dengan tujuan utama membantu pelaku usaha memanfaatkan e-commerce secara optimal untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi bisnis, serta daya saing di era digital. Dalam pelatihan ini, para pelaku UMKM diperkenalkan secara mendalam dengan konsep e-commerce, meliputi keuntungan dan manfaat yang dapat diperoleh melalui pemasaran digital dibandingkan metode konvensional. Pelaku usaha juga mendapatkan pemahaman mendalam mengenai pentingnya transformasi digital, khususnya dalam menghadapi pergeseran pola konsumsi masyarakat yang semakin beralih ke platform online. Pemanfaatan e-commerce dipandang sebagai langkah yang sangat penting bagi keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang kian ketat, sehingga pelatihan ini dirancang untuk mengatasi keterbatasan yang dialami pelaku usaha kecil dalam mengakses pasar yang lebih luas.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam tiga tahap: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap pertama adalah persiapan. Tim melakukan survei dan pendataan ke lokasi untuk mengetahui kondisi lapangan serta kondisi pelaku UMKM yang akan diberikan pelatihan media online Shopee. Setelah itu, tim membuat rancangan kegiatan yang akan dilakukan selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Selanjutnya, tim membuat materi presentasi dan menyediakan bahan yang diperlukan. Tahap kedua meliputi instruksi dan latihan untuk membuat akun di aplikasi E Commerce Shopee, serta instruksi tentang cara mengisi detail barang, promosi, dan fitur lainnya.

Dan yang terakhir tahap ketiga yaitu evaluasi.



Gambar 2. Pelatihan Pemanfaatan Media Pemasaran Produk

Selanjutnya, pelatihan ini memberikan keterampilan bagi pelaku usaha untuk memaksimalkan fitur promosi di Shopee, seperti diskon, voucher, dan fitur iklan berbayar yang memungkinkan produk mereka lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Pelaku usaha diberikan strategi untuk mengoptimalkan fitur-fitur tersebut, misalnya dengan menetapkan potongan harga pada waktu tertentu atau memanfaatkan iklan berbayar yang dapat meningkatkan eksposur produk ke target audiens yang lebih luas. Penggunaan fitur promosi di e-commerce ini menjadi salah satu cara efektif untuk menarik minat konsumen dan menciptakan kesan pertama yang positif, sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli produk masker dan perabot yang ditawarkan.

Pelatihan ini menggunakan platform Shopee sebagai media utama untuk memasarkan produk masker dan perabot, karena kemudahannya dalam menghubungkan UMKM dengan konsumen dari berbagai wilayah. Pelaku usaha dilatih mengenai langkah-langkah praktis dalam membuka dan mengelola toko online, seperti cara membuat akun penjual, menyusun katalog produk yang menarik, melampirkan foto produk dengan kualitas visual yang baik, serta menulis deskripsi produk yang informatif. Pengelolaan stok barang juga diajarkan dalam pelatihan ini untuk memastikan kelancaran proses transaksi dan pengiriman produk kepada konsumen, sehingga pelaku usaha dapat membangun reputasi yang baik dan mendapat kepercayaan konsumen.



Gambar 3. Produk UMKM “Toko Grosir Masker dan Perabot”

Selain itu, pelatihan ini juga mengajarkan strategi pemasaran berbasis internet yang dapat mendukung keberhasilan penjualan di e-commerce. Pelaku usaha diajarkan cara menggunakan media sosial untuk menarik lalu lintas konsumen ke toko online mereka di Shopee, dengan memanfaatkan Instagram atau Facebook sebagai sarana untuk

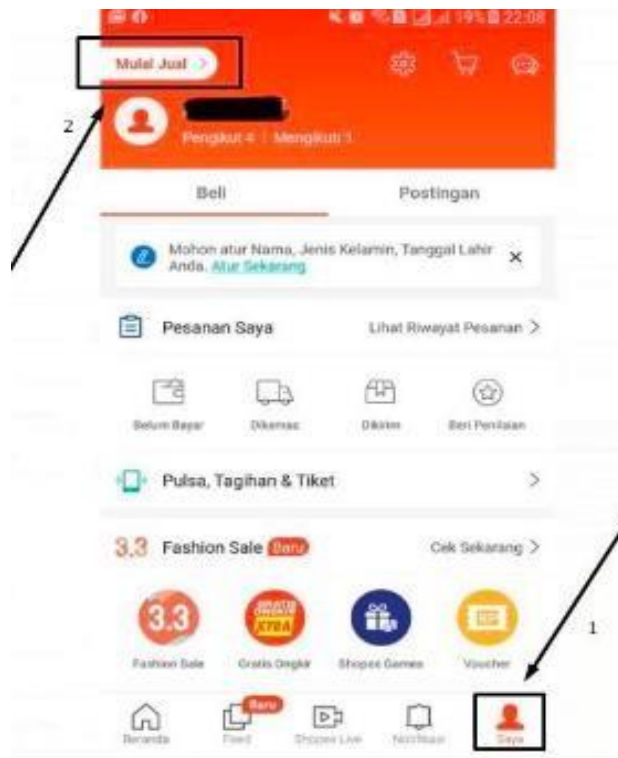
mempromosikan produk secara lebih luas. Pelaku usaha diberi pemahaman tentang pentingnya konten menarik, seperti foto berkualitas dan informasi produk yang ringkas namun menggugah, sehingga konsumen tertarik untuk mengunjungi toko online mereka. Pelaku usaha juga mendapatkan pengetahuan tentang cara meningkatkan interaksi dengan konsumen, seperti memberikan respons cepat terhadap pertanyaan atau umpan balik yang merupakan bagian penting dalam membangun reputasi positif dan mendapatkan rating yang baik di platform.

Pelatihan ini juga memberikan pendampingan dalam penggunaan data penjualan sebagai alat analisis preferensi konsumen. Dengan ini, pelaku usaha diharapkan mampu memahami kebutuhan pasar yang dinamis dan melakukan penyesuaian strategi bisnis yang tepat. Data penjualan dapat menunjukkan produk yang paling diminati, waktu pembelian tertinggi, serta karakteristik konsumen yang membeli produk mereka. Melalui analisis ini, pelaku usaha dapat menentukan kapan waktu terbaik untuk menawarkan diskon, menambah stok produk yang banyak dicari, dan mengurangi risiko barang yang tidak laku di pasar.

Tahap Untuk Membuat Akun Jualan Shopee



Gambar 4. Halaman Beranda Shopee



Gambar 5. Tahap Mulai Penjualan Barang

Berikut adalah langkah-langkah membuat akun jualan shopee:

1. Download Aplikasi Shopee

Langkah pertama yaitu mendownload aplikasi shopee melalui Google Play Store atau App Store menggunakan handphone Anda, atau akses situs Shopee melalui <https://shopee.co.id/> atau Seller Centre menggunakan komputer/laptop.

2. Akses Menu Penjual

Setelah masuk ke aplikasi Shopee, buka menu "Saya" di pojok kanan bawah. Pilih "Toko Saya" dan kemudian klik "Mulai Berjualan".

3. Isi Informasi Toko

- Nama Toko: Pilih nama yang unik dan mudah diingat.
- Deskripsi Toko: Masukkan deskripsi singkat tentang toko Anda dan produk yang dijual.
- Kategori: Pilih kategori yang sesuai dengan jenis produk yang akan dijual.
- Alamat Pengiriman: Masukkan alamat untuk pengiriman produk jika diperlukan.

4. Verifikasi Identitas

Ikuti proses verifikasi identitas dengan mengunggah foto KTP atau identitas lain yang diperlukan.

4. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, pelatihan dan pemanfaatan e-commerce dalam program pengabdian ini memberikan landasan yang kokoh bagi pelaku usaha untuk memasuki pasar digital dengan lebih percaya diri. Melalui pelatihan dan pendampingan intensif, pelaku usaha mendapatkan pemahaman mendalam mengenai platform e-commerce, khususnya Shopee, yang memungkinkan mereka memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing bisnis. Pemahaman ini mencakup konsep e-commerce, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan toko online yang efektif, yang mendorong pemanfaatan teknologi digital dalam mengembangkan usaha. Pelaku UMKM juga dilatih untuk menggunakan fitur promosi dan mengoptimalkan media sosial guna meningkatkan visibilitas dan potensi penjualan produk mereka. Analisis data penjualan yang diajarkan membantu mereka memahami preferensi konsumen dan menyesuaikan strategi bisnis dengan kebutuhan pasar. Pelatihan ini tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan penjualan dan daya saing UMKM, tetapi juga membuka peluang ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat, mendorong perputaran ekonomi, dan menciptakan lapangan pekerjaan baru.

Saran

Pelaku usaha diharapkan mampu tumbuh lebih baik dan berkontribusi terhadap perekonomian lokal di era digital yang semakin kompetitif. Untuk mencapai efektivitas dalam penggunaan e-commerce, pelaku usaha memerlukan pendampingan berkelanjutan agar dapat mengatasi kendala teknis dan memperdalam pemahaman strategi digital yang terus berkembang. Kolaborasi yang erat antara pemerintah, pihak platform e-commerce, dan UMKM juga sangat penting. Pemerintah diharapkan memberikan dukungan, seperti subsidi akses internet atau bantuan perangkat digital, untuk mempercepat adopsi teknologi bagi UMKM. Di sisi lain, platform e-commerce, seperti Shopee, dapat menyediakan pelatihan tambahan terkait pengelolaan bisnis online dan pemasaran digital yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Chomariah, W. I., Setiawati, R. I., & Perdana, P. (2022). Pelatihan Dan Pemanfaatan E Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk Umkm Di Desa Donowati. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 61–70. <https://doi.org/10.47233/jpmitc.v1i2.222>
- Dita Ardiani Chirana et all. (2023). Pendampingan Pemasaran Secara E-Commerce Pada UMKM,,Keripik Mak Anum“ Di Jl. Bangun Melintang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 2064–2070. haris. (1967). 濟無 No Title No Title

No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(November), 14–25.

Istiqomah, R. N., Ulva, N., Purwantoro, M. I., & Ayu, D. (2023). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran UMKM di Desa Gending. *Journal of Global and Multidisciplinary*, 1(5), 684–691. <https://journal.institercomedu.org/index.php/multipleINSTITERCOMPUBLISHERhttps://journal.institercomedu.org/index.php/multiple>

Ni Wayan Eka Wijayanti^{1*}, Ni Wayan Suardiati Putri², I. G. P. E. S. (2021). Pelatihan Bisnis Online Menggunakan Aplikasi Shopee. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(1), 206–215. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i1.3760>

Ula, M., Yurni, I., Ita Erliana, C., & Asria Nanda, S. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Web Commerce (mutammimul dkk. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 2(2), 435–442.