



Article

Sosialisasi E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Desa Muara Basung Kecamatan Pinggir

Budy Satria¹✉, Yessi Ratna Sari², Teuku Radillah³, Leonard Tambunan⁴, Muhammad Iqbal⁵, Hafiz Mursalan⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Teknik Komputer, Institut Teknologi Mitra Gama, Duri, Indonesia

DOI: 10.31004/

✉ Corresponding author:
[email: budysatriadeveloper@gmail.com]

Article Info

Volume 1 Issue 1

Received: 18 Agustus 2022

Accepted: 21 November 2022

Publish Online: 02 Desember 2022

Online: at <https://jes-tm.org/index.php/jestmc>

KATA KUNCI

Cuci Tangan

Kebersihan

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)

Taman Kanak-Kanak (TK)

Abstrak

Desa Muara Basung adalah salah satu desa yang terletak di kecamatan pinggir, kabupaten bengkalis, provinsi riau. Berdasarkan data di lapangan, permasalahan yang terjadi adalah masih banyak pelaku UMKM di desa muara basung mengalami kesulitan untuk menjalankan sistem penjualan menggunakan strategi pemasaran secara online dengan tujuan agar dapat dijangkau banyak orang. Salah satu strategi pemasaran secara online adalah dengan menggunakan digital marketing yaitu e-commerce. Berdasarkan kondisi tersebut, Institut Teknologi Mitra Gama bekerja sebagai salah satu perguruan tinggi yang berbasis dibidang teknologi informasi bekerjasama dengan Karang Taruna Kabupaten Bengkalis melakukan program pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan untuk memperkenalkan E-Commerce. Metode pengabdian yang dilakukan adalah pengumpulan data, persiapan teknis, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan. Indikator capaian membuktikan bahwa kegiatan ini berjalan sesuai rencana di awal. Hasil dari kegiatan ini adalah para peserta sangat antusias mengenal E-Commerce untuk memasarkan produk mereka agar dapat dijangkau lebih luas oleh calon pembeli. Keberlanjutan dari kegiatan ini diharapkan setiap peserta beralih ke media pemasaran online untuk jangkauan yang lebih luas dalam mencari calon pembeli. Dengan demikian peserta menjadi sadar untuk pentingnya belajar teknologi informasi untuk meningkat daya saing khususnya pada penjualan produk UMKM.

KEYWORDS

*Socialization
E-Commerce
MSME
Digital
Internet*

Abstract

Muara Basung Village is one of the villages located in the suburbs, Bengkalis Regency, Riau Province. Based on data in the field, the problem that occurs is that there are still many MSME actors in the village of Muara Basung having difficulty running a sales system using online marketing strategies with the aim of making it accessible to many people. One of the online marketing strategies is to use digital marketing, namely e-commerce. Based on these conditions, Institut Teknologi Mitra Gama works as one of the universities based in the field of information technology in collaboration with the Bengkalis Regency Youth Organization to carry out community service programs in the form of assistance to introduce E-Commerce. The service method used is data collection, technical preparation, implementation and evaluation of activities. The performance indicators prove that this activity is proceeding according to the initial plan. The result of this activity is that the participants are very enthusiastic about getting to know E-Commerce to market their products so that they can be reached more widely by potential buyers. The continuation of this activity is expected that every participant will switch to online marketing media for a wider reach in finding potential buyers. Thus the participants become aware of the importance of learning information technology to increase competitiveness, especially in selling MSME products.

1. PENDAHULUAN

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Hasibuan et al., 2022). Kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini masih banyak hasil produknya belum dikenal oleh calon pembeli maupun pelanggan yang berada di luar daerah (Irawan et al., 2021). Sebagaimana diketahui, UMKM merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah mampu memberikan kontribusi penting dalam peningkatan perekonomian Indonesia. Untuk itu pemberdayaan UMKM perlu dilakukan dengan serius (Ulfah & Ardiana, 2022). Permasalahan yang sering di temui oleh pelaku usaha UMKM umumnya antara lain: minimnya modal, kurangnya inovasi produk, minimnya cara untuk mendistribusikan produk, pemasaran online belum maksimal, belum adanya branding, tidak ada izin usaha resmi disertai label BPOM atau PIRT pada kemasan produk (Sari et al., 2022). Berdasarkan data dari WeAreSocial memberikan informasi bahwa pengguna internet di seluruh dunia adalah 4,388 miliar, yang terdaftar sebagai pengguna mobile adalah 5,112 miliar dari total penduduk dunia 7,676 miliar, yang aktif di media social berkisar 3,484 miliar. Indonesia salah satu negara yang mengalami perkembangan dengan penetrasi 56% aktif di media sosial, jumlah pengguna internet 150 juta dan aktif di media social 150 juta pengguna, merupakan pasar yang sangat potensial untuk UMKM yang akan memulai dan terus menggunakan media sosial untuk melakukan promosi dan penjualan online (Susanto et al., 2020).

Desa Muara Basung adalah salah satu desa yang terletak di kecamatan pinggir, kabupaten bengkalis, provinsi riau. Terdapat 8 desa berada wilayah kecamatan ini yaitu Balai pungut, Buluh Apo, Muara Basung, Pangkalan Libut, Pinggir, Semunai, Sungaimeranti dan Tengganau. Berdasarkan data di lapangan, permasalahan yang terjadi adalah masih banyak pelaku UMKM di desa muara basung mengalami kesulitan untuk menjalankan sistem penjualan menggunakan strategi pemasaran secara online dengan tujuan agar dapat dijangkau banyak orang. Salah satu strategi pemasaran secara online adalah dengan menggunakan

digital marketing yaitu e-commerce. Digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (Kartika et al., 2022).

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi menjadikan kemudahan untuk mengakses informasi di mana saja (Satria et al., 2022). Hal ini mempengaruhi pendapatan yang tidak meningkat, jumlah produk yang dijual tidak meningkat dan ruang lingkup wilayah pemasaran tidak luas, selain itu berpengaruh pada besarnya biaya operasional untuk promosi dan penjualan produk (Hidayati et al., 2020). Letak lokasi Desa Muara Basung berjarak 27,4 km dari kampus yang sekarang sudah berubah bentuk menjadi Institut Teknologi Mitra Gama dan dapat ditempuh kurang lebih 50 menit.



Gambar. 1. Jarak Lokasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Berdasarkan kondisi tersebut, Institut Teknologi Mitra Gama bekerja sebagai salah satu perguruan tinggi yang berbasis dibidang teknologi informasi bekerjasama dengan Karang Taruna Kabupaten Bengkalis melakukan program pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan untuk memperkenalkan E-Commerce. Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu dari Tridharma Perguruan Tinggi yang wajib dilakukan oleh dosen (Budy Satria & Yessi Ratna Sari, 2022). Program pengabdian masyarakat ini dilakukan sebagai wujud dari tridharma dosen yang dilakukan oleh dosen Institut Teknologi Mitra Gama(Tambunan et al., 2022). Pada program Pengabdian kepada Masyarakat ini fokus kegiatan pengenalan E- Commerce sebagai media pemasaran produk UMKM masyarakat Desa Muara Basung. Dengan adanya kegiatan ini kepada pelaku UMKM di Desa Muara Basung nantinya para pelaku UMKM dapat memanfaatkan E-Commerce sebagai alat bantu digital marketing sehingga cakupan wilayah promosi menjadi luas dan membantu dalam melakukan penjualan produk.

2. METODE

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Gedung Hj. Nuryah Binti Sontel Jl. Bathin Tarak Desa Muara Basung, Kecamatan Pinggir selama 1 hari yaitu tanggal 24 September 2022. Kegiatan dilakukan dengan beberapa tahapan seperti pada Gambar 2 berikut (Sartika, 2022):



Gambar. 2. Tahapan Kegiatan

2.1 Pengumpulan Data

Pada tahap ini, dilakukan beberapa pengumpulan data berupa rencana kegiatan, jadwal kegiatan, target jumlah peserta dan lokasi kegiatan.

2.2 Persiapan Teknis

Pada tahap ini, dilakukan kegiatan berupa persiapan materi yang akan disampaikan dan sarana prasarana yang dibutuhkan selama kegiatan berlangsung.

2.3 Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap ini, dilakukan kegiatan berupa pemberian materi, menyiapkan absensi peserta dan dokumentasi.

2.4 Evaluasi Kegiatan

Pada tahap ini dilakukan evaluasi berupa pembuatan laporan kegiatan untuk diberikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat di Institut Teknologi Mitra Gama sebagai laporan akhir pelaksanaan kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pengenalan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Desa Muara Basung dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.1 Pengumpulan Data

Kegiatan dilakukan sesuai dengan rencana di awal yaitu pada tanggal 24 September 2022 di Gedung Hj. Nuryah Binti Sontel Jl. Bathin Tarak Desa Muara Basung, Kecamatan Pinggir. Peserta yang hadir sebanyak 33 orang dari berbagai kalangan termasuk pelaku UMKM.

3.2 Persiapan Teknis

Materi dan sarana prasarana dipersiapkan sebelum kegiatan berlangsung guna mendukung kegiatan pendampingan kepada pelaku UMKM yang hadir pada saat itu sebagai peserta. Suasana di dalam Gedung bisa dilihat pada Gambar 3 sebagai berikut:



Gambar. 3. Sarana Kegiatan

Pada Gambar 3 dapat dijelaskan bahwa terdapat sarana pendukung yang digunakan selama kegiatan berlangsung berupa layar proyektor, spanduk kegiatan LCD, laptop, sound system, Air Conditioner (AC) sebagai pendingin ruangan, meja dan kursi untuk narasumber dan peserta kegiatan serta listrik.

3.3 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilakukan dengan pemberian materi tentang pentingnya mengenal E-Commerce pada saat ini oleh narasumber. Dalam hal ini dilakukan oleh pelaksanaan kegiatan yaitu Dosen AMIK Mitra Gama. Materi ditampilkan secara interaktif melalui layar proyektor.



Gambar. 4. Narasumber Memberikan Materi Di Depan Peserta

Materi yang di sampaikan adalah Pengenalan dan penggunaan E-Commerce untuk peningkatan ekonomi UMKM, jenis E-Commerce, Jenis Market Place, Jenis Online Shop, Contoh Online Shop dan Metode Pemasaran. Berikut hasil rekapitulasi daftar hadir peserta pada program pengabdian kepada masyarakat seperti pada Gambar 5 di bawah ini:

NO	NAMA	UTSUSAN		NO. HP	TTS
		KELUARGA	KEBUDAYAAN		
1	Yudha Suryana	Yudha Suryana	Yudha Suryana	0813-2910-1111	100%
2	Dewi Sugiharti	Sugiharti	Sugiharti	0813-2910-1111	100%
3	Sugih Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
4	Widya	Widya	Widya	0813-2910-1111	100%
5	Widya	Widya	Widya	0813-2910-1111	100%
6	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
7	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
8	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
9	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
10	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
11	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
12	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
13	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
14	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
15	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
16	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
17	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
18	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
19	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
20	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%
21	Widya Sugiharto	Sugiharto	Sugiharto	0813-2910-1111	100%

Gambar. 5. Daftar Absensi Peserta Kegiatan

Selain kegiatan penyampaian materi dan melakukan absensi peserta kegiatan, juga dilakukan dokumentasi seperti Gambar 6 berikut ini:

**Gambar. 6. Foto bersama dengan peserta kegiatan**

3.4 Evaluasi Kegiatan

Kegiatan yang telah selesai dilakukan, selanjutnya adalah melakukan evaluasi secara keseluruhan mulai dari persiapan hingga kegiatan berakhir. Evaluasi dilakukan sebagai bentuk penilaian terhadap kegiatan ini apakah berjalan dengan semestinya atau malah sebaliknya. Tolak ukur kegiatan ini bisa dinilai dengan tercapainya kriteria yang telah disusun pada awal persiapan hingga pelaksanaan akhir kegiatan yaitu: tingkat kehadiran, tingkat pemahaman, tingkat keterampilan dan keberlanjutan (Ria & Zainuddin, 2021). Indikator capaian dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Indikator Capaian Kegiatan

Kriteria	Indikator Capaian	Status Capaian
Tingkat Partisipasi	<ul style="list-style-type: none"> Kehadiran peserta mencapai 100% Terlaksananya kegiatan pengenalan Pengenalan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Desa Muara Basung 	<ul style="list-style-type: none"> Tercapai (Pelaksanaan PKM, panitia dan peserta PKM seluruhnya hadir) Tercapai (Terlaksananya kegiatan PKM)
Tingkat Pemahaman	<ul style="list-style-type: none"> Membah pengetahuan dan pemahaman para peserta dalam memasarkan produk UMKM melalui E-Commerce Memberi pemahaman kepada peserta tentang jenis-jenis E-Commerce untuk media pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> Tercapai (Berdasarkan hasil pelatihan) Tercapai (Berdasarkan hasil pelatihan)

Tingkat Keterampilan	<ul style="list-style-type: none">• Peserta bisa memiliki toko online sendiri dan mampu mengelolanya• Peserta mudah memasarkan produk dimana pun dan kapan pun secara online	<ul style="list-style-type: none">• Tercapai (Berdasarkan hasil observasi pada pelatihan)• Tercapai (Berdasarkan hasil observasi pada pelatihan)
Keberlanjutan	<ul style="list-style-type: none">• Peserta mulai mengembangkan produknya	<ul style="list-style-type: none">• Tercapai (Beberapa peserta mulai aktif mengembangkan dan memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas)

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Pengenalan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Desa Muara Basung, terdapat beberapa kesimpulan yaitu selama ini para peserta khususnya pelaku UMKM minim pengetahuan untuk memasarkan secara online melalui E-commerce tetapi setelah mengikuti kegiatan ini para peserta antusias belajar memasarkan produk secara online dengan tujuan agar jangkauan kepada calon pembeli menjadi lebih luas. Selain itu, peserta juga diajarkan untuk mendaftarkan akun di beberapa market place yang sudah tersedia seperti tokopedia, shopee dan lainnya dengan tujuan agar produk yang ingin dijual secara cepat terdaftar sehingga bisa langsung dipublikasikan. Indikator capaian membuktikan bahwa kegiatan ini berjalan sesuai rencana di awal. Tingkat partisipasi kehadiran dari peserta, panitia dan pelaksanaan PKM membuktikan bahwa kegiatan ini sangat berguna untuk membantu pelaku UMKM. Tingkat pemahaman yang tercapai adalah kegiatan ini menambah pengetahuan dan memberikan pemahaman tentang penggunaan serta jenis-jenis E-Commerce. Tingkat keterampilan yang tercapai menunjukkan bahwa setiap peserta diberikan keterampilan untuk membuat akun pada salah satu toko online, mendaftarkan produk, memberi deskripsi, mempromosikan hingga mengelola. Keberlanjutan dari kegiatan ini diharapkan setiap peserta beralih ke media pemasaran online untuk jangkauan yang lebih luas dalam mencari calon pembeli.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapan kepada pihak Karang Taruna yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Selanjutnya kepada para pelaku UMKM di Desa Muara Basung Kecamatan Pinggir dan Kampus Institut Teknologi Mitra Gama yang telah bersedia memberikan dukungan selama kegiatan berlangsung.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Budy Satria, & Yessi Ratna Sari. (2022). Pelaksanaan Uji Kompetensi Keahlian di SMKS Teknologi Industri Pinggir Pada Masa Pandemi. *J-PEMAS - Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 26–32. <https://doi.org/10.33372/j-pemas.v3i2.819>
- Hasibuan, A. N., Laksono, R., Ardiyanty, R., & Aprilian, H. (2022). Pelatihan E-Commerce Sebagai Upaya Pembekalan Keterampilan Wirausaha Dan Penguatan UMKM Bagi Masyarakat Jagakarsa, Jakarta. *Jurnal Pengabdian TERATAI*, 3(1), 61–69.
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing UMKM Di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Irawan, C., Rachmawanto, E. H., Susanto, A., & Sari, C. A. (2021). Optimasi Promosi Produk Menggunakan Media Sosial pada UMKM Binaan PKKP Kabupaten Blora. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 216. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i3.186>
- Kartika, D., Gema, R. L., & Erdisna. (2022). Pelatihan Membuat E-Commerce Untuk Pemasaran Online Pada UMKM Akrilik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharmo Andalas*, 01(01), 136–141.
- Ria, A., & Zainuddin, D. (2021). Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Menggunakan Software Zahir Accounting Pada Usaha Rintisan Yuk Takaful Depok Jawa Barat. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada*

- Masyarakat*, 2(2), 331–338.
- Sari, W. S., Sari, C. A., Setiadi, D. R. I. M., Susanto, A., & Rachmawanto, E. H. (2022). Internet Marketing dan Sosial Networking Untuk Media Promosi Produk Kuliner UMKM "DJOKOWI." *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 8–14. <https://103.30.0.66/index.php/jurnalabdimasku/article/download/265/154>
- Sartika, M. (2022). *Pendampingan Mendisain Batik sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk UMKM Batik Dureneng*. 5(2), 518–525.
- Satria, B., Tambunan, L., Radillah, T., & Sari, Y. R. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten Video Kreatif Menggunakan Filmora 10 di STAI Hubbulwathan Duri. *J-PEMAS STMIK Amik Riau*, 3(1), 26–33.
- Susanto, A., Sari, C. A., Moses, D. R. I., Rachmawanto, E. H., & Mulyono, I. U. W. (2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 42–51. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.64>
- Tambunan, L., Iqbal, M., Radillah, T., & Satria, B. (2022). Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kreativitas dan Inovasi Digital Bagi Masyarakat di Desa Buluh Apo. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 514–521.
- Ulfah, I. F., & Ardiana, T. E. (2022). Pengenalan Akuntansi Sederhana Untuk Pelaku UMKM Desa Ngadisanan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JIPkM)*, 2(2), 1–10.