

## **Pemanfaatan *E-Commerce* Sebagai Sarana Untuk Meningkatkan Penjualan Kelompok UMKM Di Kota Tegal**

**Farida Ida<sup>1</sup>, Aryanto<sup>2</sup>, Sunandar<sup>3</sup>, Hetika<sup>4</sup>, dan Krisdiyawati<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Politeknik Harapan Bersama

Jl. Mataram No. 9 Tegal Kode Pos 52142

[idadaridah90@yahoo.com](mailto:idadaridah90@yahoo.com), [ary.arya70@gmail.com](mailto:ary.arya70@gmail.com), [nandars2ak@gmail.com](mailto:nandars2ak@gmail.com),  
[hetika\\_tika@yahoo.cp.id](mailto:hetika_tika@yahoo.cp.id), [kris.diyawati@gmail.com](mailto:kris.diyawati@gmail.com)

### ***Abstrak***

*Website melalui Social Networking Marketing adalah salah satu cara memasarkan produk UMKM. Dengan memanfaatkan e-Commerce dalam operasional bisnisnya, UMKM akan mendapatkan akses pasar yang lebih luas dan berpeluang menggaet pelanggan baru. Tolok ukur keberhasilan program dilakukan adalah dengan melihat kemampuan peserta dalam penguasaan teknologi memasarkan produk dengan menggunakan website melalui Social Networking Marketing. UMKM atau industri yang bergerak dalam usaha Batik dan makanan di Kota Tegal termasuk banyak. Namun sentra usaha Batik Tegal misalnya, kompetitor utamanya adalah para pengrajin batik yang ada di Kabupaten Brebes dan Kabupaten Pekalongan yang merupakan sentra batik dan sudah terkenal. Berdasarkan hasil survey dan wawancara tim dengan para pelaku UMKM “dijumpai permasalahan yang dihadapi antara lain yaitu, dalam memasarkan masih menggunakan secara konvensional yaitu menunggu pesanan dari para pembeli sehingga penjualannya hanya bisa memenuhi kebutuhan di tingkat lokal yaitu Kota. Untuk mengatasi permasalahan mitra maka diperlukan suatu teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah Information and Communication Technology (ICT) dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan. Salah satu penerapan ICT dan internet dalam bidang bisnis dan perdagangan adalah electronic commerce (e-commerce).*

***Kata kunci:*** *E-Commerce, Penjualan, UMKM*

### ***Abstract***

*Website through Social Network Marketing is one way to market UMKM products. By utilizing e-Commerce in its business operations, UMKM will gain wider market access and have the opportunity to attract new customers. The benchmark for the success of this program is to look at the ability of participants in marketing technology products that use websites through Social Networking Marketing. UMKM or industries engaged in the Batik and food business in the City of Tegal, including many. But the Tegal Batik business center for example, its main competitors are batik artisans in Brebes Regency and Pekalongan Regency*

---

*which are the center of batik and are well-known. Based on the results of surveys and team interviews with UMKM "the problems faced include, for example, that in marketing they still use conventional methods, which are waiting for orders from buyers so that their sales can only meet local needs, namely the City. To overcome partner problems, we need technology information and communication or known as Information and Communication Technology (ICT) and the internet has penetrated various fields of life including business and commerce. One of the applications of ICT and the internet in the field of business and commerce is electronic commerce (e-commerce).*

**Keywords:** E-Commerce, Sales, UMKM

## I. PENDAHULUAN

Website melalui Social Networking Marketing adalah salah satu cara memasarkan produk UMKM. Dengan memanfaatkan e-Commerce dalam operasional bisnisnya, UMKM akan mendapatkan akses pasar yang lebih luas dan berpeluang menggaet pelanggan baru. Di sisi lain, pelanggan akan lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlukan secara on-line. Berbagai penghematan dan efisiensi akan dicapai seperti dalam hal biaya transportasi, komunikasi telepon atau fax, pengiriman, dokumen, cetakan, waktu dan tenaga kerja. (Fadli, 2012). Tolok ukur keberhasilan program dilakukan adalah dengan melihat kemampuan peserta dalam penguasaan teknologi memasarkan produk dengan menggunakan website melalui *Social Networking Marketing*.

Pemasaran UMKM di Kota Tegal memasarkannya dengan cara memasang produk melalui toko-toko yang dimiliki oleh para pengrajin dan memenuhi pesanan dari para pembeli yang biasanya datang dari Kota Tegal dan sekitarnya. UMKM atau industri yang bergerak dalam usaha Batik dan makanan di Kota Tegal termasuk banyak. Namun sentra usaha Batik Tegal ada di Kelurahan Bandung dan Kelurahan Kalinyamat Wetan Kecamatan Tegal Selatan Kota Tegal. Kompetitor utama adalah para pengrajin batik yang ada di Kabupaten Brebes dan Kabupaten Pekalongan yang merupakan sentra batik dan sudah terkenal.

Berdasarkan hasil survey dan wawancara tim dengan para pelaku UMKM “dijumpai permasalahan yang dihadapi antara lain yaitu, dalam memasarkan masih menggunakan secara konvensional yaitu dengan memasang hasil-hasil produksi di toko-toko pengrajin Batik Tegal dan menunggu pesanan dari para pembeli sehingga penjualannya hanya bisa memenuhi kebutuhan di tingkat lokal yaitu Kota Tegal dan sekitarnya yang berdampak pada Omzet penjualan dan keuntungan yang relatif masih kecil dan belum mempunyai katalog Batik Tegal yang telah diproduksi oleh Kedua mitra, sehingga tidak mempunyai dokumentasi dari produk-produk yang dihasilkan.

Untuk mengatasi permasalahan mitra maka diperlukan suatu teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah *Information and Communication Technology (ICT)* dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan. Salah satu penerapan *ICT* dan internet dalam bidang bisnis dan perdagangan adalah *electronic commerce (e-commerce)*. Manfaat dan keuntungan menggunakan e-commerce adalah untuk media promosi dalam rangka untuk meningkatkan volume penjualan, baik untuk penjualan online maupun konvensional (Jaidan, 2010).

---

## II. METODE

Pemecahan masalah atau solusi yang dilakukan terkait dengan perumusan masalah yang telah diungkapkan adalah dengan adanya pelatihan *E commerce* bagi UMKM yang berada di Kota Tegal. Adapun langkah-langkah pemecahan masalah atau metode pelaksanaan kegiatan pelatihan *E Commerce* pada UMKM di Kota Tegal adalah sebagai berikut:

- a. Pemetaan (*mapping*)  
Pemetaan dilakukan pada saat menganalisis situasi dengan memetakan permasalahan apa yang dihadapi dan solusi apa yang dibutuhkan. Dari hasil pemetaan yang dibutuhkan oleh UMKM adalah penjelasan tentang *E Commerce*
- b. Wawancara dengan para UMKM di Kota Tegal  
Wawancara juga dilakukan kepada beberapa UMKM tentang *E Commerce* apa saja yang telah dipelajari dan dipahami oleh UMKM agar memiliki gambaran materi *E-Commerce* apa saja yang dibutuhkan oleh UMKM untuk menambah pengetahuan dan *skill* tentang *E- Commerce*.
- c. Perumusan masalah dan Solusi  
Perumusan masalah dilakukan dengan tujuan mencari solusi yang dapat dilakukan.
- d. Metode penyelesaian masalah  
Metode penyelesaian masalah dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan melakukan pelatihan untuk menambah wawasan bagi UMKM di Kota Tegal tentang pelatihan *E-Commerce* , serta menumbuhkan kesadaran pada UMKM tentang pentingnya penguasaan *E-Commerce*.

Kegiatan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 12 Juli 2019 yang bertempat di Laboratorium Politeknik Harapan Bersama. Peserta kegiatan ini adalah seluruh pelaku UMKM yang ada di Kota Tegal dengan menggunakan metode ceramah, tutorial dan diskusi. Adapun

sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

- 1) Metode Ceramah  
Peserta diberikan motivasi agar memiliki pemahaman tentang macam-macam *E-Commerce*. Peserta juga diberikan gambaran tentang perkembangan usaha atau bisnis khususnya UMKM.
- 2) Metode Tutorial  
Peserta pelatihan diberikan materi dan studi kasus tentang *E-Commerce*. Peserta pelatihan dipandu untuk menyusun *E-Commerce*.
- 3) Metode Diskusi  
Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan masing-masing usaha yang sedang dijalankan.

Target luaran yang diharapkan dapat dicapai dengan adanya program pengabdian masyarakat antara UMKM di Kota Tegal dengan Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal diantaranya adalah:

- a. Target Pengabdian Masyarakat  
Target yang diharapkan dari adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah terlaksananya kegiatan pelatihan *E-Commerce*.
- b. Luaran Pengabdian Masyarakat  
Target yang diharapkan dari adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah adanya forum untuk sharing dan konsultasi tentang perkembangan ilmu Business Plan bagi UMKM dan dinas terkait maupun dosen.
- c. Publikasi Ilmiah  
Laporan kegiatan ini akan dipublikasikan di jurnal Dikemas Politeknik Negeri Madiun.



### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan Laboratorium Komputer Politeknik Harapan Bersama. Kegiatan pengabdian masyarakat ini di hadiri oleh 27 orang pelaku UMKM yang ada di Kota Tegal. Kegiatan ini disambut positif oleh seluruh peserta karena mereka membutuhkan pelatihan E-Commerce dilihat dari segi analisis pasar dan pemasaran, analisis keuangan dan analisis pengembangan usaha dan resiko serta motivasi semangat berbisnis tentang perkembangan dunia usaha di Indonesia. Banyak pertanyaan yang di lontarkan serta harapan untuk adanya forum untuk sharing dan konsultasi tentang perkembangan usaha yaitu tentang bisnis online yaitu E-Commerce bagi UMKM dan dosen.

Berikut ini adalah urutan acara pengabdian masyarakat yang bertempat di Desa Kepandean Kabupaten Tegal :

#### Materi 1 Tentang Motivasi Semangat Berbisnis

Berisi tentang bagaimana memberikan motivasi semangat berbisnis bagi UMKM menghadapi perkembangan persaingan yang semakin ketat dalam dunia usaha yang menuntut para UMKM untuk dapat meakukan inovasi dalam menunjang kegiatan usaha nya saat mereka menghadapi persaingan.



#### Materi 2 Tentang Analisis Pasar dan Pemasaran

Berisi tentang strategi Kita melakukan pemasaran produk. Dalam tindak lanjutan biasanya orang menggunakan rencana

pemasaran (*marketing plan*) untuk menjelaskan detail atau strategi pemasaran

#### Materi 3 Tentang Analisis Keuangan

Di sesi ini menjelaskan proyeksi (*forecasting* atau peramalan) pendapatan dan pengeluaran, pengembalian modal (*break event point*), pengembalian atas investasi (*return on investment*), perhitungan penggunaan daya ungkit (*leverage*) dan lainnya.



#### Materi 4 Tentang E-Commerce

Pada sesi ini narasumber menjelaskan tentang proses jual beli barang atau jasa pada World Wide Web atau proses jual beli, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi atau internet.

### IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan oleh Prodi Akuntansi bekerjasama dengan Laboratorium Komputer dapat dikatakan berhasil, karena tingkat kehadiran hampir 100% dari total undangan yang telah disebarakan.

### V. SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat terkait dengan E-Commerce perlu ditingkatkan lagi dan ada pelatihan yang berkelanjutan tentang digital marketing, agar fungsi akademisi bisa tersalurkan untuk lembaga dan warga yang membutuhkan pelatihan dan program terbaru sesuai dengan kebutuhan di lapangan. Perlunya ada lembar evaluasi yang diedarkan kepada para peserta pelatihan untuk mengetahui tingkat kebutuhan dan *feed back* peserta tentang pelatihan ini.



### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Harapan Bersama Tegal yang telah memberi dukungan finansial terhadap kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh P3M Politeknik Harapan Bersama Tegal.

### **REFERENSI**

- [1] Danuar, Dani (2013). Pengembangan Usaha Miro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di kota Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
  - [2] Megginson, L. C. Byrd, M J & Megginson, W. L (2003) Small Business Management: An entrepreneur's guidebook, (4<sup>th</sup> ed). New York: McGrew-Hill
  - [3] Indrajit, Ricardus Eko. E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya
  - [4] Schwab, Klaus. 2016. The Fourth Industrial Revolution. World Economic Forum: Switzerland
-