



## Pengembangan Strategi Pemasaran Produk UMKM Perempuan Melalui E-commerce Di Kelurahan Rembang Kota Blitar

### *Development The Marketing Of Women's MSME Products Through E-Commerce In Rembang Village, Blitar City*

<sup>1</sup> Zanetta Najlaa Putri Arfi , <sup>2</sup> Dewi Deniaty Sholihah

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia.

Email : <sup>1</sup> [20012010329@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010329@student.upnjatim.ac.id) , <sup>2</sup> [dewi\\_deniaty.mnj@upnjatim.ac.id](mailto:dewi_deniaty.mnj@upnjatim.ac.id)

#### **Article History:**

**Received:** 20 Mei 2023

**Revised:** 15 Juni 2023

**Accepted:** 31 Juli 2023

**Keywords:** E-commerce, Marketing MSMEs

**Abstract:** *The presence of the Corona Virus Pandemic has greatly affected the community in various sectors. One of the most visible impacts is on the MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) economic sector. MSME business actors have experienced many difficulties in selling and exhibiting their products so that their income levels have decreased. MSME players also cannot remain silent, they must continue to sustain their business by utilizing advances in information technology which currently has a significant impact on society in supporting various business activities, both large and limited in scope, so that businesses can be recognized globally. Therefore, it is important to have media that can be easily reached by potential buyers, but MSME business actors in Rembang City are still lacking and not fully familiar with digital marketing. Thus, assistance is provided to MSME players regarding the use of digital marketing so that it can make it easier for MSME players to market their products through social media and e-commerce. Community service is carried out by providing socialization and training to MSME business actors on how to create, promote, and sell products through e-commerce businesses such as shopee. With the community empowerment through socialization and training for MSME players in Rembang Village, Blitar City, it is hoped that it can bring changes in a better direction so that they can continue their business fields.*

#### Abstrak

Pandemi covid-19 sangat mempengaruhi masyarakat di berbagai sektor. Salah satu dampak yang paling terlihat adalah pada sektor ekonomi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Pelaku bisnis UMKM mengalami banyak kesulitan dalam menjual produknya sehingga tingkat pendapatan mereka menurun. Sementara itu, pelaku UMKM harus tetap melangsungkan keberlanjutan usahanya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yang saat ini memiliki dampak signifikan bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnisnya, baik dalam lingkup yang besar maupun terbatas, sehingga bisnis dapat dikenal secara global. UMKM di Kota Rembang masih kurang dan belum sepenuhnya memahami digital marketing. Dengan demikian, perlu adanya pendampingan kepada pelaku UMKM mengenai penggunaan digital marketing sehingga dapat memudahkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya melalui media social dan e-commerce. Pengabdian masyarakat dilakukan dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada para pelaku usaha UMKM mengenai bagaimana cara membuat, promosi, dan penjualan produk melalui akun bisnis e-commerce seperti shopee. Dengan adanya pemberdayaan Masyarakat melalui sosialisasi dan pelatihan kepada para pelaku UMKM Kelurahan Rembang Kota Blitar diharapkan dapat membawa perubahan ke arah yang lebih baik sehingga dapat melanjutkan bidang usahanya secara optimal.

Kata Kunci : E-commerce, Pemasaran UMKM

## PENDAHULUAN

UMKM merupakan bagian penting dari perekonomian suatu negara atau daerah serta bangsa Indonesia. UMKM ini sangat memiliki peranan penting dalam lajunya

\*Zanetta Najlaa Putri Arfi, [20012010329@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010329@student.upnjatim.ac.id)

perekonomian masyarakat. UMKM juga sangat mendukung negara/pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru sehingga banyak tercipta unit kerja yang menggunakan tenaga kerja baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga.

Setiap daerah memiliki karakteristik berbeda karena ditunjang atas potensi wilayah dan pembangunan ekonomi daerahnya. Salah satu yang berperan adalah keberadaan UMKM yang ada pada Kelurahan Rembang Kota Blitar. Berbagai macam bidang yang ada pada UMKM di Kelurahan Rembang yaitu UMKM bergerak di bidang kuliner, bidang jasa, bidang kerajinan, dan masih banyak lagi. Namun beberapa UMKM yang ada di Kelurahan Rembang mempunyai kendala untuk menjalankan bisnisnya karena kurangnya pengetahuan strategi pemasaran dan pemahaman tentang digital marketing. Sehingga dapat dilihat bahwa para UMKM di Kelurahan Rembang masih mengandalkan pelanggan tetap untuk membeli produknya.

Strategi pemasaran adalah jenis rencana yang terurai di bidang pemasaran. Untuk hasil yang optimal, strategi pemasaran harus dilakukan semaksimal mungkin karena persaingan semakin meningkat baik dari segi harga, pelayanan maupun kualitas produk. Salah satu media yang dapat digunakan untuk melakukan prosedur pemasaran adalah internet. Selain itu, tidak ada batasan usia dalam penggunaan internet di Indonesia.

Cara paling umum dalam menampilkan produk yang dibawa oleh UMKM juga merupakan kunci penting dalam mengembangkan bisnis. Beberapa UMKM sebenarnya bergantung pada administrasi otoritas untuk memamerkan barang-barang mereka. Padahal di zaman teknologi saat ini, pemanfaatan teknologi data sangat mudah digunakan. Salah satunya dengan menggunakan inovasi data, khususnya sistem bisnis online melalui e-commerce sebagai salah satu solusi dalam proses pembelian, penjualan dan mempromosikan. Salah satu aspek penting dalam mendongkrak kinerja UMKM adalah pemanfaatan sistem e-commerce

untuk pemasaran produk. Pengusaha UMKM dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasar melalui e-commerce.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Peningkatan Pemasaran Produk**

Suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada target pasar yang lebih besar dikenal dengan istilah strategi pemasaran. Dengan demikian, strategi pemasaran adalah pengaturan yang menggabungkan tujuan dan sasaran pemasaran

perusahaan . Pada dasarnya, prosedur periklanan dibuat untuk memajukan barang sehingga bisa menghasilkan keuntungan. Strategi pemasaran yang sukses juga dapat membantu bisnis dalam menemukan pelanggan potensial. Selanjutnya, prosedur promosi harus didasarkan pada kualitas perusahaan, bagaimana perusahaan bekerja, dan mengapa cocok untuk bisnis mereka. Salah satunya adalah sistem promosi dan pemasaran bagi UMKM.

Dari definisi diatas, pemasaran adalah suatu upaya terpadu menggabungkan rencana-rencana strategis yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen guna memperoleh manfaat yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi. Kegiatan pemasaran harus bisa memuaskan para konsumen agar mendapatkan respons secara positif dan baik. Perusahaan harus sepenuhnya bertanggung jawab atas pemenuhan produk yang diiklankan. Akibatnya, tujuan dari setiap aktivitas perusahaan harus memuaskan pelanggan dan pada akhirnya menghasilkan keuntungan.

### **E-commerce**

Electronic commerce (perdagangan elektronik) atau umumnya diringkas sebagai bisnis online adalah model bisnis atau pertukaran yang diselesaikan secara online dengan menggunakan web. Kegiatan penjualan, pemasaran, dan pembelian semuanya dilakukan secara online dalam e-commerce. Hampir semua barang atau jasa dapat dipertukarkan melalui e-commerce, misalnya alat, tiket transportasi, dll.

Untuk melakukan transaksi barang dan jasa secara online, e-commerce biasanya memerlukan sejumlah fasilitas, antara lain website, aplikasi, dan payment gateway (metode atau alat pembayaran). Pertukaran dengan model bisnis berbasis web pertama kali dilakukan pada tahun 1994, melalui situs ritel NetMarket yang menjual CD. Sejak saat itu, e-commerce terus berkembang. E-commerce memudahkan pelanggan untuk melacak item dengan cepat. Untuk bersaing mendapatkan pembeli, organisasi dengan rencana tindakan konvensional pada akhirnya harus menyesuaikan diri dengan rencana skema baru e-commerce. Dapat dikatakan bahwa perusahaan sedang terganggu oleh e-commerce. Model bisnis yang sudah dijalankan mau tidak mau harus disesuaikan pula dengan e-commerce.

### **METODE**

Metode yang digunakan pada pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM adalah menggunakan 3 tahapan yaitu:

1. Observasi

Pada saat melakukan observasi dan melakukan survey status UMKM di Kelurahan Rembang, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar yang ada. Selain itu, kami mendapatkan informasi tentang pengumpulan data UMKM Kelurahan Rembang dari kantor kelurahan. Data ini memiliki perbedaan dari sektor ekonomi antara usaha kecil dan menengah di Desa Rembang yaitu jasa, perdagangan, tekstil, gastronomi, kerajinan, industri, dll. Dari data yang telah didapatkan dipilih beberapa UMKM yang akan dikembangkan salah satunya yaitu Catering Dapur Mommy

## 2. Kuisisioner

Wawancara dan kuisisioner dilakukan kepada beberapa UMKM terpilih. Kuisisioner dalam pemetaan potensi UMKM ini menggunakan jenis kuisisioner terbuka, dimana kuisisioner terbuka adalah kuisisioner penelitian yang memberikan kesempatan kepada responden untuk menuliskan pendapat pribadinya terhadap daftar pertanyaan atau pernyataan yang telah dicantumkan. Pelaku UMKM dapat menjelaskan secara rinci tanpa adanya batasan dalam menjawab pertanyaan yang diajukan.

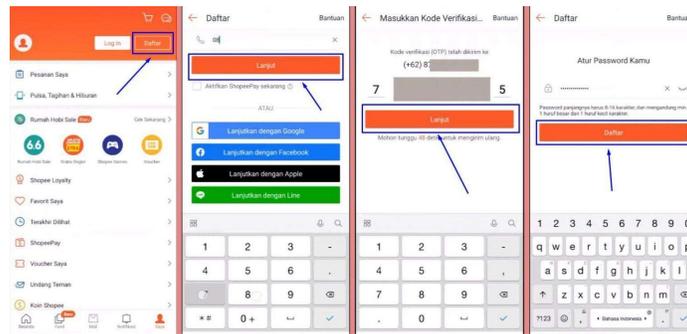
## PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di kelurahan Rembang ini, salah satunya menjalin kerja sama dengan UMKM Catering Dapur Mommy dalam hal pendampingan UMKM. Hal ini dapat memfasilitasi kelancaran setiap kegiatan yang akan diikuti mahasiswa dengan memanfaatkan jaringan kemitraan ini. Selain itu, masyarakat Kelurahan Rembang di Kota Blitar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan program. Setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh Mahasiswa KKNT diikuti secara aktif oleh masyarakat. Hal ini terlihat dari partisipasi positif masyarakat yang menyambut setiap kegiatan mahasiswa KKNT, antara lain pendampingan UMKM, pembuatan Akun e-commerce, dan kegiatan mahasiswa KKNT lainnya.

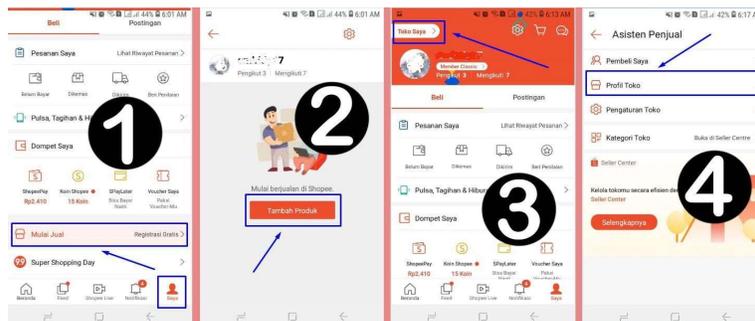


Gambar 1. Proses Pendampingan pembuatan akun digital marketing kepada UMKM Dapur Mommy

Kegiatan yang dilakukan di masyarakat, seperti dalam pendampingan UMKM Catering Dapur Mommy dengan melakukan survey ke tempat pemilik usaha dan sharing kegiatan yang diikuti oleh mahasiswa mengenai masalah yang dihadapi oleh UMKM Catering Dapur Mommy, kemudian dengan menjelaskan tentang penggunaan digital marketing serta cara promosi produk di e-commerce.



Gambar 2. Langkah-langkah dalam pembuatan akun di Shopee untuk bisa memasarkan produk dalam jangka yang lebih luas



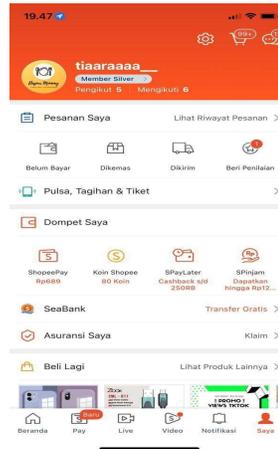
Gambar 3. Merupakan langkah-langkah agar mempunyai akun berjualan dan bisa memasukkan produk di Shopee

Program pendampingan yang telah dilakukan oleh Kelompok KKNT dengan mitra yaitu UMKM Catering Dapur Mommy di harapkan dapat mendorong terjadinya peningkatan aktivitas, kreatifitas dan semangat berkompetisi dalam mengelola usahanya sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan dapat berkembang lebih baik.

## HASIL

E-commerce merupakan suatu wadah atau tempat untuk para pelaku usaha dapat menawarkan. Tidak membutuhkan persyaratan yang terlalu ribet atau dapat dikatakan dengan segala kemudahan sedangkan dampak yang dirasakan akan terasa sangat besar. Para

pelaku usaha tidak perlu bersusah payah untuk menjangkau konsumen dengan mendatangi langsung ataupun juga membuka lapak untuk berjualan, karena dengan adanya E-commerce dapat mempermudah hal tersebut. Terdapatnya Ekatalog produk yang dapat menunjukkan varian produk yang ditawarkan serta tertera juga dengan keterangan harga, dimudahkan juga dengan perhitungan ongkos kirim dari E-commerce tersebut.



Gambar 4. Merupakan Akun Shopee dari UMKM Dapur Mommy

Oleh karena itu KKNT 35 membantu UMKM Dapur Mommy 36 <https://shopee.co.id/tiaaraaaaa> dalam pembuatan akun e-commerce di marketplace yang nantinya berguna untuk pemesanan produk UMKM Dapur Mommy secara online dan pembayaran secara online sehingga transaksi lebih nyaman dan aman.

## KESIMPULAN

UMKM memiliki potensi yang sangat besar untuk menggarap perekonomian individu, namun pada kenyataannya UMKM justru mengalami hambatan luar dan dalam yang berbeda dalam bidang kreasi, penangan, periklanan, permodalan dan lain-lain. Melihat permasalahan yang biasa dialami oleh UMKM di Kelurahan Rembang, maka penting adanya prosedur pengaturan dari otoritas publik yang pada dasarnya memiliki komitmen untuk membantu mengurus tiga permasalahan yang sering melanda UMKM, yaitu akses pasar, permodalan dan inovasi. yang telah menjadi bahan diskusi kelas atau pertemuan.

Berdasarkan hal – hal yang telah diuraikan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa e-commerce bisnis berbasis web dan periklanan dapat dilakukan di mana saja dan di titik mana pun. Dengan memanfaatkan medsos dapat menambah penjualan produk.

Dengan memanfaatkan bisnis di e-commerce, dalam UMKM ini dapat memengaruhi perluasan penawaran barang melalui penawaran online dan offline dan pembeli sangat mudah dalam pembelian karena tidak harus datang langsung ke toko dan hanya percaya bahwa permintaan akan disampaikan oleh penjual

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Rosmawati, L., & Deniaty, D. (2023). Strategi Pemasaran Produk Melalui Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Bagi UMKM. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(3), 169-177.
- Sholihah, D. D., & Mawardi, A. I. (2022). Strategy analysis of development of traditional herbs SMEs during the covid-19 pandemic in Jember District. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1718-1726.
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk meningkatkan strategi pemasaran. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 3(1), 6-15.
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25-43.