



PELATIHAN DAN PENERAPAN E-COMMERCE PEMASARAN PRODUK MIE KELOR DAN BELUT

Wahyuddin¹⁾, Usman²⁾, Nurlinda³⁾¹⁾Prodi Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Parepare, Indonesia²⁾ Prodi Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Parepare, Indonesia³⁾ Prodi Gizi, Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Parepare, Indonesiae-mail:wahyuddin@umpar.ac.id.*Submitted: 9 Januari 2025, Accepted: 3 Februari 2025, Available online: 9 Februari 2025*

Abstract

The business sector is one of the sectors that plays an important role in the economy of the people of Parepare City. One of the rapidly growing business sectors in Parepare City is the culinary sector, including Kedai 'Aisyiyah. E-commerce is one of the technologies that can be utilized by MSMEs to develop their current businesses. The purpose of the proposed PKM is to increase sales turnover by implementing e-commerce in marketing moringa noodles and eels. The implementation of the activity is carried out in 3 (three) stages, including Activity Socialization, E-commerce Socialization and Education, and Application of e-commerce technology in selling noodles. Educational activities related to e-commerce were carried out at Kedai Aisyiyah on September 17, 2024, which was attended by the PKM Team of Muhammadiyah University of Parepare and the Manager of Kedai Aisyiyah as a partner delivered by a member of the PKM Team of Muhammadiyah University of Parepare (Wahyuddin). In his material, he conveyed the Definition and Concept of E-Commerce, Main Components of E-Commerce, Website or Platform, Online Payments and Digital Marketing. The training began by introducing the e-commerce feature developed by the PKM team with the website name <https://kedaiaisyiyah.com/>. The conclusions are 1). Socialization and education about e-commerce are very important to improve the knowledge of Kedai 'Aisyiyah business managers. 2). E-commerce implementation training activities can improve the knowledge and skills of Kedai Aisyiyah managers in selling products using the e-commerce platform.

Keywords : Training; E-Commerce; Marketing; Noodle Products

Abstrak

Sektor usaha merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Kota Parepare. Salah satu sektor usaha yang berkembang pesat di Kota Parepare adalah sektor kuliner termasuk Kedai 'Aisyiyah. E-commerce menjadi salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk mengembangkan usaha mereka saat ini. Tujuan PKM yang diusulkan yaitu untuk meningkatkan omzet penjualan dengan penerapan e-commerce dalam pemasaran mie kelor dan belut. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam 3 (tiga) tahapan antara lain Sosialisasi Kegiatan, Sosialisasi dan edukasi e-commerce, dan Penerapan teknologi e-commerce dalam penjualan Mie. Kegiatan edukasi terkait e-commerce dilakukan di Kedai Aisyiyah pada tanggal 17 September 2024 yang dihadiri oleh oleh Tim PKM Universitas Muhammadiyah Parepare dan Pengelola Kedai Aisyiyah sebagai mitra yang disampaikan oleh anggota Tim PKM Universitas Muhammadiyah Parepare (Wahyuddin). Dalam materinya, beliau menyampaikan tentang Definisi dan Konsep E-Commerce, Komponen Utama E-Commerce, Website atau Platform, Pembayaran Online dan Pemasaran Digital. Pelatihan diawali dengan memperkenalkan fitur e-commerce yang dikembangkan oleh tim PKM dengan nama website <https://kedaiaisyiyah.com/>. Kesimpulan yaitu 1). Sosialisasi dan edukasi tentang e-commerce sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan pengelola usaha Kedai 'Aisyiyah. 2). Kegiatan pelatihan penerapan e-commerce dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengelola Kedai Aisyiyah dalam dalam melakukan penjualan produk menggunakan platform e-commerce.

Kata Kunci: Pelatihan; E-Commerce; Pemasaran; Produk Mie

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu elemen penting yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. UMKM memiliki peran strategis karena jumlahnya yang besar, keberadaannya yang merata di berbagai sektor ekonomi, serta kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah signifikan. Produk yang dihasilkan oleh UMKM juga sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan tersedia dengan harga yang terjangkau (Nurlinda & Fathimah, 2019). Kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) saat ini diharapkan dapat menjadi pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat (Halim, 2020; Damayanti, R., Rompis, A.I., 2021). Sektor usaha memegang peranan penting dalam perekonomian Kota Parepare (Nanlohy, D.M., Rogi, O.H.A., Mononimbar, W.J., 2022; Farisi, S.A., Fasa, M.I., Suharto, 2022). Salah satu sektor usaha yang mengalami perkembangan pesat di Kota Parepare adalah sektor kuliner. Namun, para pelaku usaha di sektor ini sering kali beroperasi secara mandiri tanpa dukungan fasilitas dan pendampingan yang memadai dari pemerintah. Untuk mengatasi kendala tersebut, sebagian besar pelaku usaha kuliner memanfaatkan fasilitas seadanya dalam proses produksi, pengemasan, maupun pemasaran. Selain itu, tingkat persaingan di sektor kuliner semakin ketat, seiring dengan meningkatnya jumlah usaha makanan yang bermunculan di masyarakat (Nurmala, dkk, 2022). Salah satu bidang usaha yang mengalami persaingan sengit adalah industri olahan makanan (Sugiarto, T.P.B., Rahayu, W., Khomah, I., 2022).

E-commerce menjadi salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk mengembangkan usaha mereka saat ini. Keunggulan Internet, seperti efisiensi biaya, kecepatan, dan kapasitas pemrosesan data, telah menjadi faktor utama dalam perdagangan elektronik. Teknologi internet memungkinkan perusahaan untuk menjalankan bisnis di wilayah geografis yang luas dengan cepat, fleksibel, dan hemat biaya. Selain itu, sistem pemrosesan data yang terus berkembang memungkinkan perusahaan mengelola bisnis yang jauh lebih kompleks dibandingkan sebelumnya. Menurut Ir. Fetnayeti, Manajer Umum Pengembangan Bisnis Perdagangan Kementerian Perdagangan dan Perindustrian, perkembangan e-commerce di Indonesia sangat pesat, bahkan merambah jejaring sosial, blog, hingga situs web gratis (Ningtyas & Sunarko, 2011).

Unit usaha Pimpinan Daerah Aisyiyah Kota Parepare, yang dikenal dengan nama Kedai 'Aisyiyah, juga menghadapi tantangan serupa. Kedai ini merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah yang bergerak di sektor industri olahan makanan. Kedai 'Aisyiyah mulai beroperasi pada tanggal 27 Juli 2021, berlokasi di Jl. Panti Asuhan No. 3, Kecamatan Soreang, Kota Parepare, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. Kedai ini menawarkan berbagai menu makanan, antara lain mie siram, mie bakso, mie pangsid, mie kuah, nasi goreng, lalapan, berbagai jenis cemilan, serta minuman. Selain berorientasi pada aspek bisnis, Kedai 'Aisyiyah juga berfungsi sebagai laboratorium bisnis bagi para pengurus Pimpinan Daerah Aisyiyah Kota Parepare, memberikan kesempatan bagi mereka untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan.

Berdasarkan hasil kunjungan tim pengusul, diperoleh informasi bahwa Kedai 'Aisyiyah tidak hanya berfungsi sebagai unit usaha untuk meraih keuntungan, tetapi juga sebagai laboratorium bisnis bagi seluruh pengurus Aisyiyah Kota Parepare. Ketua Aisyiyah Kota Parepare, Haniarti, menyampaikan bahwa salah satu misi utama kedai ini adalah menjadi tempat pembelajaran dalam memulai usaha, serta memberikan kontribusi Aisyiyah dalam meningkatkan gizi masyarakat dan mencegah stunting melalui penyajian menu yang sehat. Oleh karena itu, beberapa bahan dasar untuk pembuatan menu, seperti bakso dan mie, diproduksi sendiri. Selain itu, menurut laporan keuangan tahun 2023, kedai ini hanya menghasilkan omzet sebesar Rp41.634.000, padahal potensinya dapat ditingkatkan hingga mencapai Rp72.000.000 per tahun, dengan asumsi omzet sebesar Rp6.000.000 per bulan.

Berdasarkan hasil diskusi, laporan keuangan dan hasil pengamatan langsung di lapangan beberapa Permasalahan yang dihadapi oleh Kedai 'Aisyiyah sehingga susah bersaing dengan pedagang lain adalah produksi, pengemasan dan pemasaran yang masih sederhana dan belum menggunakan teknologi modern. Selain itu, strategi pemasaran kurang maksimal karena hanya dipasarkan dengan cara menjual langsung di kedai dan ditawarkan secara langsung kepada kerabat. Sedangkan penggunaan media sosial dalam pemasaran hanya sebatas menjadikan history di Whatsapp atau menawarkan di facebook. Tujuan PKM yang diusulkan yaitu untuk meningkatkan omzet penjualan dengan penerapan e-commerce dalam pemasaran mie kelor dan belut.

METODE

Tahapan pelaksanaan

Berdasarkan analisis situasi, kondisi obyektif yang ada pada mitra, dan solusi yang disepakati bersama, maka grand design penyelesaian masalahnya disajikan pada gambar 1.



Gambar 1. Grand design penyelesaian masalah mitra

Uraian tahapan atau langkah pelaksanaan program diuraikan sebagai berikut:

1. Sosialisasi Kegiatan

Sosialisasi dilaksanakan pada awal kegiatan pengabdian kepada mitra kelompok Kedai 'Aisyiyah tentang kegiatan PKM yang akan dilakukan, tujuan kegiatan, tahapan pelaksanaan kegiatan, dan jadwal pelaksanaan kegiatan berdasarkan kesepakatan antara tim pengusul dengan mitra. Pelaksanaan sosialisasi diharapkan mampu membuat mitra memahami kegiatan PKM yang akan dilakukan dan berkomitmen untuk mengikuti dan berkontribusi dalam pelaksanaan setiap tahapan PKM

2. Sosialisasi dan edukasi e-commerce

Sosialisasi dan edukasi tentang e-commerce sangat penting untuk meningkatkan literasi digital masyarakat. Kegiatan ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam tentang cara memilih platform e-commerce yang terpercaya, langkah-langkah dalam melakukan penjualan menggunakan platform digital seperti e-commerce. Dengan sosialisasi yang tepat, masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan e-commerce secara bijak baik untuk belanja online maupun untuk penjualan online.

3. Penerapan teknologi e-commerce dalam penjualan Mie

Tujuan inovasi ini adalah untuk memperkenalkan mie kelor dan belut yang sehat dan bergizi tinggi serta membuat strategi komunikasi pemasaran yang kreatif dengan menyusun perancangan promosi produk dalam mensosialisasikan mie kelor dan belut. Selain itu, untuk meningkatkan awareness produk mie kelor dan belut yang masih belum dikenal luas di masyarakat. Setelah kelompok mitra menerima pelatihan penggunaan e-commerce (<https://kedaiaisyiyah.com/>), langkah selanjutnya adalah penerapan teknologi e-commerce dalam penjualan mie daun kelor dan belut yang diserahkan oleh tim pengusul. Pada kegiatan ini, pengelola dan karyawan kedai 'aisyiyah akan dilatih untuk melakukan promosi melalui pemanfaatan e-commerce khususnya jenis social e-commerce seperti marketplace dan media sosial dengan menggunakan flyer sebagai media promosi. Target yang diharapkan Kedai 'Aisyiyah dapat bekerja sama dalam komunitas pelaku UMKM untuk dapat yang saling terintegrasi dalam mencapai tujuan Brand Awareness.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Edukasi Penggunaan e-commerce

Sosialisasi dan edukasi tentang e-commerce sangat penting untuk meningkatkan literasi digital masyarakat. Kegiatan ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam tentang cara memilih platform e-commerce yang terpercaya, langkah-langkah dalam melakukan penjualan menggunakan platform digital seperti e-commerce. Dengan sosialisasi yang tepat, masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan e-commerce secara bijak baik untuk belanja online maupun untuk penjualan online. Kegiatan edukasi terkait e-commerce dilakukan di Kedai Aisyiyah pada tanggal 17 September 2024 yang dihadiri oleh oleh Tim PKM Universitas Muhammadiyah Parepare dan Pengelola Kedai Aisyiyah sebagai mitra. Kegiatan diawali dengan arahan dari ketua Tim PKM (Usman) yang menyampaikan terkait tujuan program dan sumber pendanaan.



Gambar 1. Registrasi Peserta dan Pendistribusian Buku

Setelah arahan ketua Tim PKM dilanjutkan dengan pengantar oleh Koordinator pengelola Kedai Aisyiyah Kota Parepare (Hj. Masitha). Dalam pengantarannya menyampaikan ucapan terima kasih kepada Tim PKM yang telah memberikan kesempatan dan memilih Kedai Aisyiyah untuk menjadi mitra dalam program tersebut. Selain itu, mitra mempunyai harapan agar dengan adanya program tersebut dalam meningkatkan penjualan dan omset usahanya.



Gambar 2. Arahan Pengelola Kedai Aisyiyah (Hj. Masitha)

Kegiatan selanjutnya adalah kegiatan sosialisasi dan edukasi terkait e-commerce yang disampaikan oleh anggota Tim PKM Universitas Muhammadiyah Parepare (Wahyuddin). Dalam materinya, beliau menyampaikan tentang Definisi dan Konsep E-Commerce, Komponen Utama E-Commerce, Website atau Platform: Situs web, aplikasi, atau marketplace yang digunakan. Produk atau Jasa: Barang atau layanan yang dijual. Pembayaran Online: Sistem pembayaran elektronik (e-wallet, kartu kredit, transfer bank). Pengiriman dan Logistik: Layanan pengiriman barang ke pelanggan. Pemasaran Digital: Strategi promosi melalui platform online. Selain itu, Keuntungan dan Tantangan E-Commerce meliputi, Keuntungan: Biaya operasional rendah, Akses pasar yang lebih luas, Kemudahan transaksi 24/7, Penggunaan data untuk personalisasi. Tantangan: Persaingan yang ketat, Keamanan data dan privasi, Ketergantungan pada teknologi, Logistik dan pengiriman. Teknologi dalam E-Commerce, Platform E-Commerce: Shopify, WooCommerce, Tokopedia, Shopee. Alat Analitik: Google Analytics, Hotjar. Automasi: CRM (Customer Relationship Management), email, Marketing tools. AI dan Chatbot: Untuk interaksi pelanggan. Strategi Digital Marketing untuk E-Commerce. SEO (Search Engine Optimization): Untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari, SEM (Search Engine Marketing): Iklan berbayar di mesin pencari, Social Media Marketing: Promosi melalui Instagram, Facebook, TikTok, dan lainnya, Content Marketing: Blog, video, infografis, dan podcast, Email Marketing: Untuk retensi pelanggan, Influencer Marketing: Kolaborasi dengan influencer.

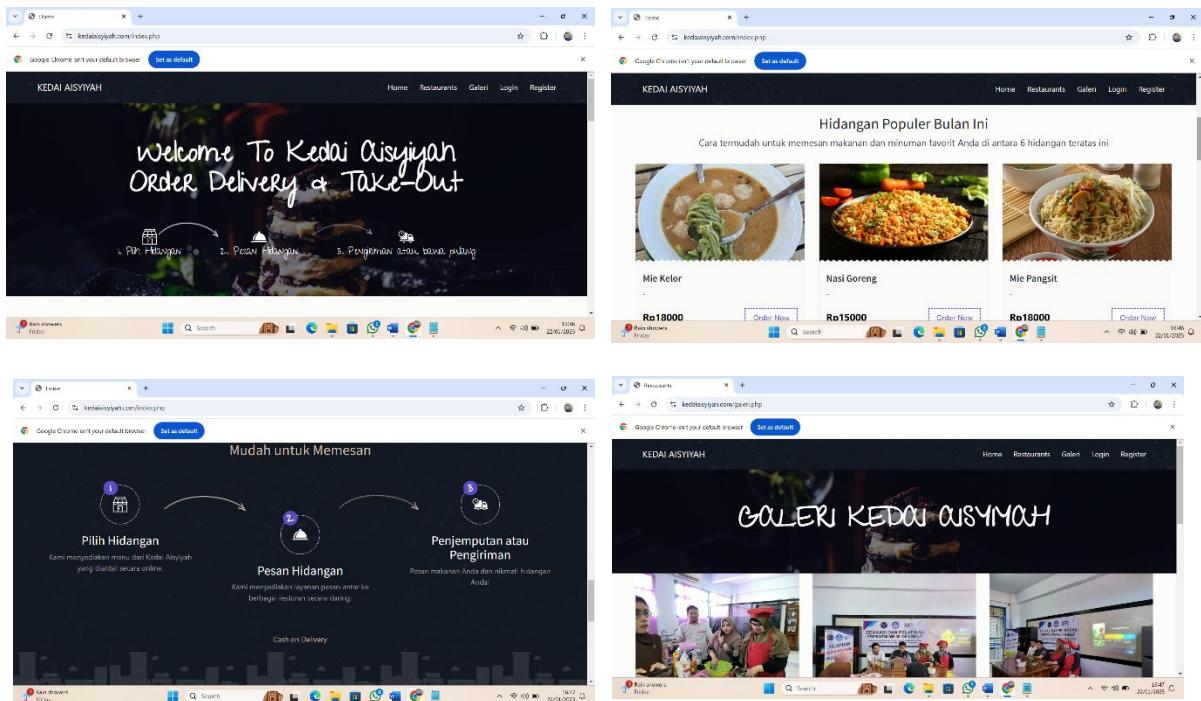


Materi yang disampaikan oleh tim disambut antusia oleh peserta. Beberapa peserta memberikan pertanyaan berkaitan dengan materi yang telah disampaikan.

Penerapan Penggunaan e-commerce dalam pemasaran Mie

Pelatihan penerapan penggunaan e-commerce dalam pemasaran Mie kelor dan belut disampaikan oleh anggota tim (Wahyuddin). Pelatihan diawali dengan memperkenalkan fitur e-commerce yang dikembangkan oleh tim PKM dengan nama website <https://kedaiaisyiyah.com/>. e-Commerce adalah salah satu bentuk kemajuan teknologi yang bisa kita rasakan sekarang. e-commerce adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan transaksi online yang berlangsung melalui internet atau jaringan elektronik lainnya. Namun, secara umum, Grameds mengenal e-commerce adalah sebuah aktivitas belanja online yang melibatkan jual beli produk fisik atau digital melalui Internet. Bahkan, e-commerce juga mencakup kegiatan seperti jual beli, perbankan, dan penyediaan jasa.

Dalam pemaparannya disampaikan berkaitan dengan nama website atau platform kedai aisyiah, bagaimana tampilan depan atau home yang berisi tentang kata-kata sambutan untuk pelanggan, beberapa daftar menu sebagai sampel, mekanisme pemesanan yang mulai dari pilih hidangan kemudian pesan hidangan dan berikutnya penjemputan atau pengiriman dan paling bawah tentang alamat dan kontak person kedai serta pilihan pembayaran. Selain itu ada fitur restaurant yang berikan secara mendetail tentang mekanisme pemesanan yang mulai dari pilih hidangan kemudian pesan hidangan dan berikutnya penjemputan atau pengiriman produk. Fitur berikutnya adalah galeri yang berisi dokumentasi kegiatan Kedai Aisyiyah khususnya kegiatan edukasi dan pelatihan yang pernah mereka dapatkan.



Gambar 4. Tampilan e-commerce Kedai Aisyiyah

Setelah seluruh materi diberikan dan uji coba aplikasi/ e-commerce Kedai Aisyiyah, maka selanjutnya adalah kegiatan simulasi penggunaan platform tersebut. Setelah tim menganggap bahwa pengelola kedai aisyiyah sudah cukup memahami dan mampu menjalankan aplikasi tersebut maka kegiatan ditutup dengan pengambilan gambar atau foto Bersama baik tim PKM Universitas Muhammadiyah Parepare maupun pengelola Kedai Aisyiyah sebagai mitra.



Gambar 5. Penutupan kegiatan edukasi dan pendampingan

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, sebagai berikut, 1). Sosialisasi dan edukasi tentang e-commerce sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan pengelola usaha Kedai ‘Aisyiyah. 2). Kegiatan pelatihan penerapan e-commerce dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengelola Kedai Aisyiyah dalam dalam melakukan penjualan produk menggunakan platform e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

- Halim A, 2020, Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, Vol 1 No 2. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Damayanti R, Rompis AI, 2021. Penguatan peran UMKM melalui pendampingan pembuatan laporan keuangan. Magistrorum et Scholarium “Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat”. 1(3): 379-390.
- Farisi SA, Fasa MI, Suharto, 2022. Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah. 9(1): 73-84.
- Nanlohy DM, Rogi OHA, Mononimbar WJ, 2022, Inkubator Umkm di Kota Parepare “Desain Biofilik”. Vol. 11 No. 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/daseng/article/view/46781>
- Ningtyas, P. K., & Sunarko, B. (2011). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM. Jp.Feb.Unsoed, 95–107.
- Nurlinda, & Fathimah, V. (2019). Determinan Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan, 7(3), 445–464. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.18105>
- Nurmala, dkk, 2022. Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. AKM “Aksi Kepada Masyarakat”. 3(1): 65-74.