

**SOSIALISASI *ELECTRONIC-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN
PENGETAHUAN DAN PENDAPATAN UMKM MEBEL DI BUKIR
KOTA PASURUAN**

Hari Wahyuni
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan
yuniprasetya55@gmail.com

ABSTRACT

Bukir Village is part of the Pasuruan City area where the majority of the population make a living as furniture craftsmen. Based on the observations we made there, the products produced by the furniture craftsmen at Bukir were quite varied, including carved shapes, minimalism, and contemporary motifs following developments in world products. The purpose of this service is to add insight regarding electronic-commerce so that they can market their products on the marketplace and increase the income of furniture MSMEs in the Bukir area, Pasuruan city. The approach method that we use is lecture, presentation and question and answer/discussion methods. The form of participation of the furniture craftsmen in the implementation of this activity was quite active and welcomed. We explained that by doing marketing through e-commerce-based digital facilities, MSME actors can save on promotion costs and capital can be used for developing their business. By placing orders online they can increase the number of sales and income, besides that transactions are made easier, more practical and safer. We also teach how to sell on the marketplace.

Keywords: *Electronic-commerce, Furniture, Knowledge, Income.*

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Bukir merupakan bagian dari wilayah Kota Pasuruan yang mayoritas penduduknya bermata pencarian sebagai pengrajin mebel. Berdasarkan pengamatan yang kami lakukan disana, produk – produk yang dihasilkan pengrajin mebel di Bukir cukup variatif diantaranya bentuk ukir, minimalis, serta motif yang kekinian mengikuti perkembangan produk dunia. Dikarenakan masyarakat Bukir yang sebagian besar belum mengenal internet maka produk – produk yang dihasilkan hanya dijual sesuai pesanan atau dijual ditoko saja semua ini menyebabkan produk yang dihasilkan kadang hanya menumpuk digudang maupun hanya sebagai pajangan di toko karena belum adanya pembeli yang belum mengetahui produk mereka.

Minimnya strategi pemasaran yang dilakukan pelaku usaha di Bukir kota Pasuruan dikarenakan mereka masih awam dengan dunia pemasaran terutama pemasaran *online*. Masyarakat Bukir yang berprofesi sebagai pengrajin mebel rata-rata belum mengenyam pendidikan tinggi sehingga mereka belum faham dengan strategi pemasaran untuk produk – produk yang mereka hasilkan. Kami mendatangi pihak kelurahan Bukir untuk melakukan sosialisasi kepada para pengrajin mebel di Kelurahan Bukir terkait Teknik Pemasaran UMKM Berbasis *E - Commerce* Di Kelurahan Bukir kota Pasuruan.

Menurut Turban et al. (2015) Perdagangan elektronik mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. Beberapa orang memandang istilah perdagangan (*e-commerce*) hanya untuk menjelaskan transaksi yang dapat dilakukan antar mitra bisnis. Jika definisi ini digunakan,

beberapa orang menyadari bahwa istilah *e-commerce* sangat sempit. Sehingga, banyak yang menggunakan istilah *e-bussines* sebagai istilah penggantinya. Bisnis elektronik (*electronic bussines* atau *e-bussines*) mengarah pada definisi *e - commerce* yang lebih luas, tidak adanya pembelian dan penjualan barang saja. Tetapi juga layanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis. Lainnya memandang *e-bussines* sebagai “aktivitas selain pembelian dan penjualan” di internet.

Electronic commerce yakni pembelian, maupun penjualan serta pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan computer atau internet menurut Wong dalam Yacub and Mustajab (2020). Sedangkan menurut Septian et al, (2019), Trend jual beli secara daring telah mewabah ke seluruh penjuru dunia tidak terkecuali di Indonesia, semakin meluas dan berkembangnya jual beli secara daring tidak menuntut orang harus bertemu dengan produsen secara langsung tetapi konsumen bisa melakukan transaksi jarak jauh tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Saat ini teknologi informasi memiliki peran penting salah satunya di bidang ekonomi karena dapat meningkatkan penjualan. *Electronic commerce* merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui Internet, dalam pengertian yang paling utama situs website yang mengiklankan dan mempromosikan produk juga bisa dapat dianggap sebagai *e-commerce* (Mahmud 2022). Menurut Purba et al. (2020) Pemilik usaha mendapat beberapa manfaat dengan adanya *e-commerce* memungkinkan sebuah perusahaan atau pemilik usaha untuk dapat menjual produk yang mereka buat kepada konsumen yang lebih banyak dikarenakan sifat dari web itu sendiri. Dengan kata lain, perusahaan dapat mencakup pasar yang lebih luas, pengurangan Infrastruktur Perusahaan, mengurangi biaya produksi dan meningkatkan keuntungan.

Berdasarkan analisis situasi yang kami jabarkan maka dapat diketahui bahwa pemasaran produk industri mebel di kelurahan Bukir kota Pasuruan masih dilakukan pemasaran secara konvensional atau masih secara langsung bertatap muka dengan pembeli dan negosiasi secara langsung. Banyak faktor menyebabkan pengrajin mebel di kelurahan Bukir kota Pasuruan masih menjual produk mereka secara langsung atau secara tradisional diantaranya yaitu tingkat pendidikan yang masih rendah dimana sebagian besar pengrajin mebel di kelurahan Bukir kota Pasuruan berpendidikan sekolah menengah pertama sehingga pengetahuan tentang pemasaran secara *online* masih minim dengan begitu mereka tidak dapat memasarkan produk – produk yang sudah dihasilkan secara *online*.

Permasalahan yang dihadapi pelaku industri mebel di kelurahan Bukir kota Pasuruan tersebut menggerakkan kami selaku tim pengabdian dari Universitas Merdeka Pasuruan untuk melakukan sosialisasi terkait teknik pemasaran bagi UMKM mebel Berbasis *e - commerce* di Kelurahan Bukir Kota Pasuruan. Selain itu harapan kami pengrajin industri mebel di Bukir kota Pasuruan kedepannya dapat memasarkan produk – produk mereka secara *online* dan industri mebelnya semakin maju dan berkembang serta dapat meningkatkan sektor mebel di kota Pasuruan dan merambah pasar Internasional.

2. KERANGKA PENYELESAIAN MASALAH

Penyelesaian masalah dalam kegiatan ini disajikan dalam diagram alir pada Gambar 1.

a. Realisasi Penyelesaian Masalah

Berkaitan dengan permasalahan yang dialami pengrajin mebel di kelurahan Bukir kota Pasuruan, kami memberikan solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pengrajin mebel di kelurahan Bukir. Solusi yang diberikan berupa sosialisasi dengan para pengrajin mebel. Para pengrajin mebel bisa memahami dan menerapkan *e-commerce* untuk usaha mereka. Dengan mengikuti sosialisasi maka produk – produk yang sudah dihasilkan dapat laku dipasaran dan meningkatkan pendapatan mereka. Pelaku UMKM dapat melakukan *e-commerce* sehingga produk – produk yang dihasilkan bisa mengangkat kota Pasuruan dan dikenal oleh berbagai daerah dan bahkan dikenal dunia. Setelah mengikuti sosialisasi dan menjual produk-

produk mereka secara *online* maka akan meningkatkan *income* para pengrajin mebel di kelurahan Bukir Kota Pasuruan.



Gambar 1. Diagram Alir Penyelesaian Masalah.

b. Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan pengabdian ini yaitu pelaku UMKM mebel kelurahan Bukir kota Pasuruan. Terutama warga masyarakat kelurahan Bukir yang memiliki mebel sebagai bidang usahanya yang masih belum memahami pemasaran produk – produk secara *online* melalui *e-commerce*. Langkah-langkah operasional yang kami laksanakan pada pengabdian kepada masyarakat ini disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi pengrajin mebel di kelurahan Bukir, potensi, budaya masyarakat, dan dilaksanakan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Ketercapaian program kami dapat dijelaskan dalam uraian sebagai berikut :

c. Sosialisasi Program Pengabdian

Sosialisasi program pengabdian ini ditujukan pada warga masyarakat khususnya pengrajin mebel di kelurahan Bukir melalui undangan. Kami sebelum membagi undangan kepada para pengrajin mebel juga melakukan diskusi dengan perangkat di kelurahan terkait sosialisasi yang akan kami laksanakan dan kegiatan akan kami laksanakan sesuai arahan dan kesepakatan dengan bapak lurah Bukir.

d. Koordinasi

Sebelum acara sosialisasi kami melakukan koordinasi dengan para pejabat di kelurahan Bukir kota Pasuruan karena mereka yang mengetahui detail tentang pengrajin mebel di wilayahnya. Setelah ada kesepakatan dengan pihak kelurahan Bukir kota Pasuruan dan dikoordinasikan rancangan kegiatan yang akan dilakukan maka diperoleh kesepakatan hari , waktu dan tempat untuk pelaksanaan program sosialisasi bagi para pengrajin mebel di wilayah kelurahan Bukir.

e. Pelaksanaan

Sosialisasi yang akan laksanakan berjudul “Sosialisasi Teknik Pemasaran UMKM Berbasis *E - Commerce* Di Kelurahan Bukir Kota Pasuruan” acara tersebut kami laksanakan mulai pukul 18.30 sampai dengan selesai. Adapun pengrajin yang terlibat dalam acara sosialisasi adalah pengrajin yang belum memasarkan produk – produk mereka secara *online* dengan metode *e-commerce*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun metode pendekatan yang kami lakukan menggunakan metode ceramah/ presentasi dan tanya jawab/diskusi. Bentuk partisipasi para pengrajin mebel dalam pelaksanaan kegiatan ini cukup aktif dan menyambut baik “Sosialisasi Teknik Pemasaran UMKM Berbasis *E - Commerce* Di Kelurahan Bukir Kota Pasuruan”. Pada tahap awal acara pelaksanaan sosialisasi, Acara di buka oleh pembawa acara dan selanjutnya ucapan selamat datang dan sambutan dari Bapak Lurah Bukir Kota Pasuruan. Untuk acara selanjutnya penyampaian materi sosialisasi dari kami terkait

E - Commerce. Adapun materi yang kami kenalkan pada tahap awal bagi pelaku UMKM sebagai berikut :



Gambar. 2 Materi Sosialisasi

Kami menjelaskan bahwa dengan melakukan pemasaran melalui sarana digital berbasis *e-commerce* maka pelaku UMKM dapat menghemat biaya promosi dan modal bisa untuk pengembangan usahanya. Dengan melakukan pemasaran secara online mereka dapat meningkatkan jumlah penjualan serta pendapatan, selain itu transaksi yang dilakukan lebih mudah, praktis dan aman. Kami juga mengajarkan bagaimana cara berjualan di *marketplace* salah satu contoh yang kami berikan bagaimana memasarkan produk di Bukalapak, kami juga memberikan beberapa tips yaitu cara foto produk yang baik dan menarik serta tips berjualan di *marketplace*.

Kegiatan kami akhiri dengan acara tanya jawab dan diskusi dengan peserta pengabdian dan kami juga menampung keluhan – keluhan para pengrajin mebel agar bisa didapatkan solusi untuk kelancaran dan keberlanjutan pemasaran produk – produk mereka dengan cara online menggunakan metode *e-commerce*. Acara berjalan dengan lancar dan tidak terasa sampai jam 21.00 WIB, peserta masih antusias untuk berdiskusi dengan kami karena mereka sangat tertarik dengan pemasaran produk secara *online* ini. Kegiatan sosialisasi ini sangat menarik sehingga tidak ada peserta yang meninggalkan acara sebelum kegiatan berakhir. Kami tetap akan memberikan bimbingan baik secara langsung maupun secara daring bila para pelaku UMKM membutuhkan bantuan dalam memasarkan produk-produk yang sudah dihasilkan.

4. PENUTUP

Simpulan

Program “Sosialisasi Teknik Pemasaran UMKM Berbasis *E-Commerce* Di Kelurahan Bukir Kota Pasuruan berjalan sesuai rencana awal dan seluruh peserta antusias dan bersemangat untuk mengajukan pertanyaan dan diskusi dengan kami selaku tim pengabdian. Acara dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan berbagai pihak baik dari perangkat kelurahan Bukir kota Pasuruan dan para pengrajin mebel yang bersedia hadir mengikuti acara sosialisasi sampai akhir acara, dan seluruh peserta kedepannya akan melakukan pemasaran dengan metode e-commerce agar produk- produk mereka bisa laku dipasaran dan diminati oleh para pembeli. Para pengrajin mebel begitu bersemangat dapat dilihat dari keaktifan peserta dalam proses kegiatan sosialisasi yang kami laksanakan.

Ucapan Terimakasih

Kami menyampaikan terimakasih kepada

1. Bapak Lurah Bukir Kota Pasuruan
2. Rektor Universitas Merdeka Pasuruan
3. Ketua LPPM Universitas Merdeka Pasuruan

LAMPIRAN

Foto kegiatan



DAFTAR PUSTAKA

- Mahmud, M. 2022. "Pemanfaatan Media Sosial & E-Commerce Guna Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pada Masa Pandemi." *Mopolayio: Jurnal Pengabdian Ekonomi* 02(November).
<https://mopolayio.fe.ung.ac.id/index.php/mopolayio/article/view/43%0Ahttps://mopolayio.fe.ung.ac.id/index.php/mopolayio/article/download/43/36>.
- Purba, Rafika, Risa Kartika Lubis, Program Studi, and Manajemen Informatika. 2020. "SOSIALISASI E- COMMERCE BAGI REMAJA MELALUI MEDIA SPEAKING ACTIVITY DI MTsN 1 DELI SERDANG I . Pendahuluan Dan Pengembangan Program Dengan Menggambarkan Kondisi Sosial , Ekonomi Serta Budaya Aplikasinya Adalah Bagaimana Kekuatan (Strengths) Mampu Mengam." (1).
- Septian, Ovan, Wahyu Andhika, and Evi Dwi Wahyuni. 2019. "Analisis Perbandingan Usability Dan User Experience Terhadap E-Trust Pada Situs Ecommerce C2c Menggunakan Heart Dan Pulse Framework." *Jurnal Repositor* 1(1): 27.
- Turban, Efraim et al. 2015. *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective Eighth Edition, Revised Edition*.
<http://www.springer.com/series/10099>.
- Yacub, Rudi, and Wahyu Mustajab. 2020. "Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce." *Jurnal MANAJERIAL* 19(2): 198–209.