

## E-Marketing Bagi Pelaku UMKM

Miguna Astuti<sup>1</sup>, Tati Handayani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional Veteran  
Jakarta <sup>2</sup>Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Pembangunan  
Nasional Veteran Jakarta Email: [miguna.astuti@upnvj.a.id](mailto:miguna.astuti@upnvj.a.id),  
[tatihandayani01@gmail.com](mailto:tatihandayani01@gmail.com)

### Abstract

*This study aims to carry out community service activities (ABDIMAS) to provide knowledge of e-marketing so that participants are able to recognize, understand and apply e-marketing in marketing their products so that they can advance their business. There are 67 micro, small and household craft industries in Citeras village, but their e-marketing activities did not reach 5%. The method of this ABDIMAS activity is a participatory method through training and mentoring activities where the implementation is evaluated using questionnaires and measured based on the criteria and indicators that have been made and the service team provides pocketbooks for deeper guidance. The results of this service are (1) a high level of participation from the Citeras village office and communities that have MSME businesses that fully support the Community Partnership Program. This can be seen from the willingness of the village to facilitate the event and also be seen from the enthusiastic arrival of the participants during training and mentoring. (2) All participants of the Community Partnership Program stated that the Community Partnership Program activities were very beneficial for their business and some of them hoped that the Community Partnership Program activities would be carried out routinely with the same material, especially in the mentoring section (APPLICATION).*

**Keywords:** *community service, e-marketing, umkm, Citeras*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (ABDIMAS) ini memberikan pengetahuan akan e-marketing sehingga peserta mampu mengenali, memahami dan mengaplikasikan e-marketing dalam memasarkan produknya sehingga dapat memajukan usaha mereka. Terdapat 67 usaha industri mikro, kecil dan kerajinan rumah tangga di desa Citeras, namun aktifitas e-marketing mereka tidak mencapai angka 5%. Metode kegiatan ABDIMAS ini adalah metode partisipatif melalui kegiatan pelatihan serta pendampingan dimana pelaksanaannya di evaluasi dengan menggunakan kuisioner dan diukur berdasarkan kriteria dan indikator yang telah dibuat serta tim pengabdian memberikan buku saku untuk bimbingan lebih mendalam. Hasil dari pengabdian ini yaitu (1) tingkat partisipasi yang tinggi dari pihak kantor desa Citeras dan masyarakat yang memiliki usaha UMKM yang mendukung sepenuhnya atas program Program Kemitraan Masyarakat. Hal ini terlihat dari kesediaan desa untuk memfasilitasi acara serta terlihat pula dari antusias kedatangan peserta pada saat pelatihan dan pendampingan. (2) Seluruh peserta Program Kemitraan Masyarakat menyatakan bahwa kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini sangat bermanfaat bagi usaha mereka dan beberapa dari mereka mengharapkan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini dilakukan secara rutin dengan materi yang sama, terutama dalam bagian pendampingan (APLIKASI).

**Kata Kunci:** *abdimas, e-marketing, umkm, desa Citeras.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi, dunia digital serta internet memberikan imbas yang kuat pada dunia pemasaran. Sistem pemasaran yang semula tradisional (*offline*) sekarang beralih ke digital (*online*). Konsep e-marketing sebenarnya hampir sama dengan pemasaran secara tradisional, yang membedakan adalah medianya. Jika *e-marketing* sudah memanfaatkan media online bisa berupa *website*, jejaring sosial, email, blog dan aplikasi yang lainnya. Dengan *e-marketing* mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan menjaring pelanggan lebih banyak. *e-marketing* bisa diartikan sebagai bagian dari *e-commerce* yang merupakan aktivitas perusahaan dalam mengelola kegiatan komunikasi, melakukan kegiatan promosi dan melakukan kegiatan jual beli produk baik barang maupun jasa melalui internet. Sistem pemasaran yang menggunakan *e-marketing* dapat memudahkan klien (Susanti, 2018)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang penting dan strategi baik domestik, regional dan nasional. Namun perkembangan era digital dewasa ini menyebabkan UMKM yang tidak dapat memanfaatkan media online sulit mendapat peluang pasar yang besar. Kondisi ini menyebabkan UMKM tidak bisa berkembang karena kurangnya pengetahuan konsumen dan agen penjual dan tentang produk yang dihasilkan.

Berdasarkan data Kecamatan Rangkasbitung dalam angka (pendataan 2017), desa Citeras Kec. Rangkasbitung memiliki 36 usaha industri mikro, kecil dan kerajinan rumah tangga yang terdiri dari 5 kerajinan kulit, 6 anyaman, 18 bidang kuliner dan 2 lainnya. Namun dari total 67 usaha tersebut aktifitas *e-marketing* seperti kegiatan browsing seperti "google" atau aplikasi online seperti "go-food" dan "grab-food" yang mereka lakukan tidak mencapai angka 5%.

Data lapangan yang diperoleh melalui hasil penelitian oleh (Rosali, 2018) selanjutnya menyatakan bahwa pelaku UMKM desa Citeras menyatakan kebutuhan mereka akan pelatihan *e-marketing* dan kantor Desa Citeras mengajukan permohonan resmi kepada tim pengabdian untuk dilaksanakannya pelatihan ini.

Adapun kegiatan abdimas ini dilakukan dengan tujuan agar pemasaran produk UMKM di wilayah

desa citeras, Rangkasbitung dapat menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya secara lokal, namun juga secara nasional.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode partisipatif. Adapun tahapan pelaksanaan yang dilaksanakan yaitu (1) Tahap persiapan meliputi; perizinan, pemantapan serta penentuan sasaran, dan penyusunan bahan materi untuk pelatihan, (2) pelaksanaan pelatihan, (3) pendampingan, (4) penyerahan buku saku, (5) tahap evaluasi dan monitoring, (6) tahap pembuatan laporan, dan (7) tahap seminar hasil.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uraian atas hasil pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut.

### A. Survei dan Perijinan

Pada kunjungan pertama, Tim Program Kemitraan Masyarakat melakukan survei ke wilayah Desa Citeras yang berbatasan dengan Rangkasbitung. Wilayah Rangkasbitung yang telah memiliki stasiun kereta api sebagai akses kota Rangkas dengan kota-kota lain terlihat sekali kemajuannya, cukup berbeda ketika Program Kemitraan Masyarakat melanjutkan perjalanan dari arah Rangkasbitung dan masuk ke wilayah kecamatan Citeras.

Perjalanan menuju kantor desa citeras berjalan dengan lancar. Meski kantor desa citeras tidak bisa dibilang terbelakang atau tertinggal, namun aktifitas masyarakat umum serta kegiatan ekonominya terlihat masih jauh tertinggal dari Rangkasbitung. Akses jalan yang kami lewati semakin memburuk dan aktifitas kegiatan ekonomi juga semakin tidak terlihat semakin kami mendekati kantor desa citeras. Sesampainya di kantor desa citeras, kami disambut dengan baik oleh salah satu pegawai kantor desa yaitu Ibu Yuyun, beserta Bapak Kepala Desa, yaitu Bapak Madra'i.

Berdasarkan hasil diskusi dengan beliau, kantor desa citeras dan pelaku UKM di bawah naungan kantor desa menyambut dengan baik diadakannya kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini. Bahkan kantor desa memperkenankan tim untuk menggunakan ruang aula pertemuan desa Citeras untuk kegiatan pelatihan dan pendampingan.



**Gambar 2. Kunjungan Kedua Diskusi Tim Dengan Pihak Desa Citeras Terkait Pelaksanaan Abdimas**

Pada kunjungan selanjutnya, tim kembali mendatangi kantor desa Citeras. Selain untuk mengambil surat izin pelaksanaan kegiatan, sekaligus juga untuk membicarakan teknis pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan, termasuk di dalamnya adalah peserta (pelaku UKM yang akan berpartisipasi, hari dan tanggal pelaksanaan, PIC dari pihak desa Citeras serta susunan acara dan lain sebagainya)

#### **B. Persiapan dan Konsultasi Pakar Untuk Kegiatan Pelatihan**

Pada tahap persiapan ini, tim membuat materi terkait pembahasan *e-marketing*, sehingga dapat diketahui tahapan mana yang sekiranya masih dapat diperbaiki dan/atau ditingkatkan dan dapat disampaikan kepada anggota UMKM di desa Citeras pada saat pelatihan dan pendampingan. Sumber dari pembuatan materi berasal dari sumber literatur, media internet serta masukan dari pakar.

Materi pelatihan yang telah disusun oleh tim kemudian didiskusikan kembali dengan pakar. Pada tahap ini dilakukan pula kegiatan pembelian ATK pendukung serta mempersiapkan kuisisioner untuk mengetahui persepsi anggota UMKM akan manfaat dari diadakannya kegiatan ini.

#### **C. Kegiatan Pelatihan**

Kegiatan pelatihan tahap pertama kepada UMKM di Desa Citeras dilaksanakan pada tanggal Sabtu, 15 Juni 2019, sesuai hasil diskusi dengan pihak desa. Kegiatan dilaksanakan di ruang aula serba guna Kantor Desa Citeras.

Pada hari pelatihan, yaitu tanggal 15 Juni 2019, materi yang disampaikan terkait dengan pengetahuan dasar terkait internet serta kegunaannya bagi UMKM, macam-macam situs niaga online serta bagaimana melakukan proses perambahan, pemetaan serta pendaftaran secara mandiri terkait usahanya.



**Gambar 1. Kegiatan Pelatihan E-Marketing Pelaku UMKM di Desa Citeras-Banten**

#### **D. Kegiatan Pendampingan**

Kegiatan pendampingan pada anggota UMKM di desa Citeras ini terdiri atas dua tahap. Tahap pertama telah dilaksanakan pada tanggal 15 Juni 2019, setelah selesainya kegiatan pelatihan. Kegiatan pendampingan pertama ini adalah pendampingan terkait proses *e-marketing* untuk Pelaku UMKM, terutama terkait bagaimana cara untuk meriset pola-pola serta desain baru untuk produk UMKM sehingga tidak tertinggal tren, juga untuk meriset untuk menentukan harga dari produk yang akan dijual. Beberapa pelaku UMKM bahkan mendaftarkan usahanya di google dengan harapan prlanggan dapat lebih mudah mencari lokasi usaha mereka kedepannya.



**Gambar 5. Kegiatan Pendampingan**

Kegiatan pendampingan kedua dilaksanakan berselang 1 minggu dari kegiatan pendampingan pertama dengan harapan jarak waktu yang berdekatan ini tidak membuat pelaku UMKM lupa akan materi sebelumnya, yaitu pada tanggal 22 Juni 2019. Pada kegiatan pendampingan kedua ini pelaku UMKM diajarkan bagaimana cara mendaftarkan usaha mereka pada salah satu/atau beberapa situs aplikasi niaga online seperti tokopedia dan/atau buka lapak. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memperluas usahanya dan dapat dikenal banyak orang atau masyarakat.



**Gambar 6. Kegiatan Pendampingan dibantu oleh beberapa mahasiswa**

Pada kegiatan pendampingan kali ini, tim serta pakar langsung mendatangi salah satu pelaku UMKM di desa Citeras, yaitu ibu Nani. Hal ini dilakukan karena beliau menyatakan keinginannya untuk belajar mendaftarkan usahanya pada situs-situs yang disampaikan saat pelatihan, namun pada saat pendampingan pertama beliau tidak dapat mengikuti hingga akhir dikarenakan kegiatan usahanya tersebut. Kegiatan pendampingan tahap kedua ini dilaksanakan atas dasar permintaan Ibu Nani. Disini beliau dibekali dengan pengetahuan bagaimana memanfaatkan internet untuk penentuan model dan harga, bagaimana mendaftarkan usahanya di google, serta bagaimana mendaftarkan usahanya di situ niaga seperti tokopedia lengkap dengan cara mendeskripsikan produk dan mengambil foto produk agar terlihat menarik.



**Gambar 2. Kegiatan Pendampingan Lanjutan**

Tim Program Kemitraan Masyarakat hanya mendampingi pada tahap ini, sehingga diharapkan pengurus UMKM di desa Citeras dapat belajar berorganisasi dengan baik dan dalam hal ini mampu menyampaikan ide dan gagasan yang sudah mereka garap pada hari sebelumnya kepada para anggotanya.

#### **E. Penyerahan Buku Saku**

Tahap selanjutnya dari kegiatan Program Kemitraan Masyarakat adalah penyerahan buku saku pelatihan *e-marketing* kepada desa Citeras. Hal ini diharapkan dapat membantu pengurus UMKN di desa Citeras untuk dapat memberikan pelatihan dan pendampingan serupa kepada UMKM baru maupun UMKM lainnya yang belum mendapatkan pelatihan ini sehingga dapat mengembangkan usahanya. Beberapa buku saku juga di disumbangkan kepada perpustakaan kantor desa Citeras, dengan harapan dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM yang ingin membaca kembali materi tersebut.



**Gambar 3. Penyerahan Buku Saku *E-Marketing* Kepada Kepala Desa Citeras**

## F. Evaluasi Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat dengan Judul “E-Marketing Pelaku Usaha di Desa Citeras” telah dilaksanakan pada Tanggal 15 Juni 2019. Kegiatan ini dilaksanakan setelah proses diskusi dengan pihak Kantor Desa Citeras.

Adapun Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat tersebut berjalan dengan baik dan lancar, jauh melebihi ekspektasi awal dari sisi kehadiran peserta serta antusiasme peserta maupun pihak kelurahan. Acara dijadwalkan mulai pada pukul 09.00 WIB, Namun peserta telah hadir sejak pukul 08.30 WIB, dan berakhir pada pukul 14.00 WIB. Kegiatan pelatihan sendiri telah selesai pada pukul 11.30, namun dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan hingga pukul 14.00.

Di awal kegiatan, peserta langsung diberikan kuis awal sekaligus pada saat tanda tangan daftar hadir, dan selanjutnya kuis diberikan pula setelah selesainya acara untuk mendapatkan perbandingan jawaban atas dampak Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat. Tabel Kuis sebagai berikut.

**Tabel 4. Tabel Kuis Evaluasi Kegiatan**

Keterangan	Kuis	
	Ya	Tidak
1. Mengertikah anda akan internet	20	10
2. Pernahkah anda menggunakan internet	13	17
3. Pernahkah anda melakukan pemesanan melalui internet	1	29
4. Apakah kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini bermanfaat	30	0
5. Apakah kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini perlu dilakukan secara rutin dengan materi yang sama	20	10
6. Apakah kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini melakukan dokumentasi dalam bentuk foto kegiatan serta pencatatan kegiatan dalam bentuk logbook	18	12
7. Apakah kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini perlu dilakukan secara rutin dengan materi yang berbeda	12	18

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa sebelum dilaksanakannya kegiatan Program Kemitraan Masyarakat, sebagian besar peserta Program Kemitraan Masyarakat sudah tahu akan internet namun hanya menggunakan internet dalam bentuk social media. Dari tiga puluh peserta hanya satu orang unit usaha yang telah secara efektif menggunakan internet sebagai bentuk pemasaran, yaitu usaha kerajinan kulit Bapak Panji Asmara. Meski sudah cukup berumur, beliau semangat datang dan menceritakan pengalamannya bermarketing melalui internet sehingga mendapatkan kontrak kerjasama sebagai salah satu sub kontraktor bagi tas merek Sophie Martin.

Kemudian seluruh peserta Program Kemitraan Masyarakat menyatakan bahwa kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini sangat bermanfaat bagi usaha mereka dan beberapa dari mereka mengharapkan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini dilakukan secara rutin dengan materi yang sama, terutama dalam bagian pendampingan (APLIKASI). Sedangkan sebagian besar lainnya mengharapkan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini dapat dilaksanakan secara rutin namun dengan materi yang merupakan kelanjutan dari materi kegiatan Program Kemitraan Masyarakat kali ini.

Sebagian kecil lainnya mengharapkan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini dapat dilakukan dengan Materi yang berbeda (Pelatihan Pembuatan Proposal usaha, pelatihan pembuatan portofolio produk dan/ (atau) jasa.serta pelatihan akuntansi keuangan sederhana. Jumlah peserta yang hadir diawal diharapkan sebanyak 20 orang (yang telah dipastikan kehadirannya) namun pada kenyataannya jumlah peserta 30 (bertambah 10) meski tanpa snack dan box makan siang, tambahan peserta tersebut dengan semangat mengikuti kegiatan Program Kemitraan Masyarakat bahkan aktif pada sesi tanya jawab.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan program Program Kemitraan Masyarakat “E-Marketing Bagi Pelaku UMKM di Desa Citeras Kec. Rangkasbitung Kab.Lebak-Banten adalah :

1. Tingkat partisipasi yang tinggi dari pihak kantor desa Citeras dan masyarakat yang memiliki usaha UMKM yang mendukung sepenuhnya atas program Program Kemitraan Masyarakat. Hal ini terlihat dari kesediaan desa untuk memfasilitasi acara serta terlihat pula dari antusias kedatangan peserta pada saat pelatihan dan pendampingan.
2. Seluruh peserta Program Kemitraan Masyarakat menyatakan bahwa kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini sangat bermanfaat bagi usaha mereka dan beberapa dari mereka mengharapkan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini dilakukan secara rutin dengan materi yang sama, terutama dalam bagian pendampingan (APLIKASI).

## Saran

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini dapat dilaksanakan secara rutin dengan materi yang sama serta dengan materi yang merupakan kelanjutan dari materi kegiatan Program Kemitraan Masyarakat kali ini, seperti pelatihan pembuatan proposal usaha, pelatihan pembuatan portofolio produk dan/ (atau) jasa.serta pelatihan akuntansi keuangan sederhana.

## DAFTAR REFERENSI

- Chaffey, D. M., Johnson, K., & Ellis-Chadwick, F. (2000). *Internet Marketing*. Amerika: Harlow, Essex: Pearson Education Limited.
- Hofman, D., & Novak. (1996). *How to acquire Customers on the Web*. Amerika: Harvard Business Review.
- Kotler, d. K. (2009). *Marketing Management*. Amerika: Upper Saddle River, New Jersey:Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. d. (2008). *Principles of Marketing (10th Edition ed.)*. Amerika: UpperSaddle, New Jewsey: Prentice Hall.
- Rosali, e. (2018). Marketing Strategy Of Leather Businesses With QSPM Method In Rangkasbitung District Lebak-Banten. *International Journal of Social Science & Economic Research*, Volume:03, Issue:11 "November.
- Susanti, N. (2018). Perancangan E-Marketing UMKM Kerajinan Tas. *Jurnal SIMETRIS*, Vol. 9 No. 1 April.