

PELATIHAN PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN PROMOSI MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA KOMUNITAS UMKM BUNDO KANDUANG

*Training on the Use of E-Commerce and Promotion Using
Social Media to Increase Sales in the Bundo Kandang MSME
Community*

Weni Lestari Putri

Universitas Ibnusina Batam, Batam, Indonesia
e-mail: weni@uis.ac.id

Ellbert Hutabri

Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia
e-mail: ellbert.hutabri@gmail.com

Nanda Jarti

Universitas Ibnusina Batam, Batam, Indonesia
e-mail: nandaluthan@yahoo.com

Abstract

The mothers of the Bundo Kandang MSME community are an association of mothers who have businesses in the Tiban area of Batam City, this community was founded in 2019 with the aim of increasing friendship between mothers who have businesses that are run offline or online such as selling through live streaming Facebook or on the buying and selling forum (FJB) Batam City group. During this time the activities carried out are in the form of recitations which are carried out routinely once a month. Based on the results of observations made, several problems were found in the buying and selling process of this community, such as 1) limited number of audiences watching, 2) market limitations, because it is only for Batam city residents, 3) low level of trust from potential buyers, 4) intense competition tightness and delivery, and other issues. Based on the problems above, e-commerce training is provided and how to promote its products so that there is an increase in consumers. The training is given using the guided discovery method, which is a learning method based on the participants' experiences, then the presenters provide a solution, namely using e-commerce, resulting in an account that can be used to sell. After one month of observing the e-commerce that had been made, it was found that there were several products that experienced a significant increase in sales, namely balado chips and parfume.

Keyword— *e-commerce, facebook, guided discovery instructional, promotions, social media, UMKM*

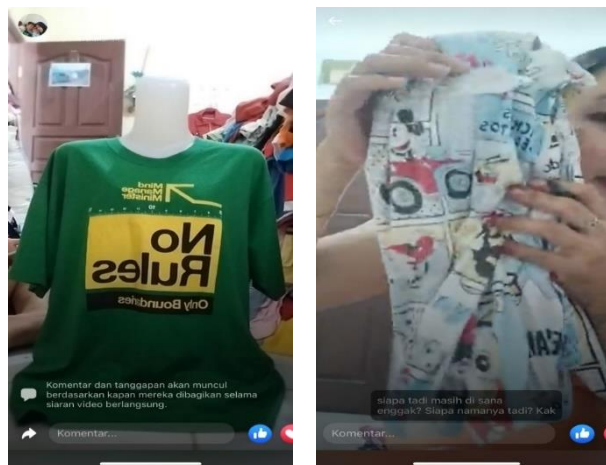
1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi bagaikan pisau bermata dua, yaitu memiliki nilai positif dan negatif. Nilai positif dari teknologi dapat mempermudah manusia dalam melakukan pekerjaannya salah satunya adalah dalam bidang perdagangan. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia perdagangan adalah seluruh kegiatan yang berhubungan dengan barang dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan imbalan atau kompensasi (Statistik, 2020), yang dapat dilakukan didalam negeri atau luar negeri untuk meningkatkan pembangunan ekonomi (Rafika, 2021).

Tujuan dari perdagangan adalah untuk mendapatkan keuntungan dari produk yang dipasarkan. Seperti halnya pada komunitas UMKM Bundo Kandung. UMKM merupakan kegiatan produktif yang dilakukan oleh kelompok maupun perorangan yang memiliki kekayaan Rp.50.000.000 sampai dengan Rp.300.000.000 (Shaid, 2022) yang mana kegiatan usaha merupakan yang paling banyak dilakukan masyarakat Indonesia (Suyadi & Syahdanur, 2018).

Kelompok UMKM merupakan perkumpulan ibu-ibu yang memiliki berbagai jenis usaha rumahan seperti makanan, pakaian bekas (*preloved*), dan kerajinan tangan yang memiliki nilai jual. Komunitas ini berdiri sejak tahun 2019 dengan anggota 35 orang pengusaha UMKM, tetapi komunitas ini belum memiliki kegiatan atau agenda rutin untuk pengembangan *hard skill* maupun *soft skill* untuk meningkatkan kemampuan anggotanya dalam memajukan usaha. Kegiatan rutin yang dilakukan satu bulan sekali adalah pengajian yang dilaksanakan dirumah anggota komunitas secara bergilir.

Dari segi usaha, ibu-ibu anggota komunitas UMKM Bundo Kandung beberapa diantaranya memiliki usaha yang cukup tinggi dari segi pendapatan, yaitu pada bidang pakaian bekas dan makan khas daerah padang. Pemasaran dilakukan melalui media sosial berupa *facebook* yang dilakukan melalui fitur *live facebook* yaitu fitur yang memungkinkan *user facebook* untuk melakukan siaran video seraca langsung agar bisa berkomunikasi dngan pengikutnya (Wicaksono, 2021). Selain dilakukan secara *streaming* penjualan juga dilakukan dengan memposting pada grup-grup jual beli (FJB) *facebook* khusus untuk Kota Batam, adapun bentuk penjualannya adapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Metode Penjualan *Live Straming Facebook* Komunitas UMKM Bundo Kandung

Metode penjualan yang dilakukan selama ini dirasa kurang efektif karena terjadi beberapa permasalahan pada saat *live streaming* seperti:

- a. Terbatasnya jumlah pembeli karna dipengaruhi jumlah pengikut dari akun *facebook* yang digunakan.
- b. Kualitas video yang buruk: Koneksi internet yang tidak stabil atau perangkat yang tidak memadai dapat mengakibatkan kualitas video yang buruk. Ini dapat membuat pengalaman menonton menjadi tidak menyenangkan dan mengurangi minat pembeli potensial.
- c. Keterbatasan jangkauan: Meskipun Anda dapat mencapai audiens yang luas melalui Facebook Live, Anda tetap terbatas pada jumlah orang yang dapat melihat live streaming pada saat itu. Selain itu, jika Anda memiliki pengikut yang tersebar di berbagai zona waktu, waktu siaran langsung mungkin tidak nyaman bagi sebagian orang.
- d. Tidak bisa memprediksi jam live streaming yang paling efektif untuk mendapatkan jumlah penonton dan pembeli yang potensial memperingatkan Kota Batam adalah kota manufaktur dimana sebagian besar penduduknya adalah karyawan pabrik yang bekerja shift dengan jam kerja 7-8 sehari.
- e. Persaingan dengan konten lainnya: Facebook adalah platform yang ramai dengan konten dari berbagai sumber. Sehingga menarik perhatian penonton dan mempertahankan minat mereka saat berjualan di live streaming bisa menjadi tantangan. Anda perlu membuat konten yang menarik dan berbeda untuk tetap menonjol di antara kompetisi.
- f. Kesulitan membangun kepercayaan: Dalam bisnis online, kepercayaan pelanggan adalah hal yang sangat penting. Menggunakan live streaming untuk menjual produk dapat mempersulit membangun kepercayaan tersebut karena pembeli tidak dapat melihat dan menyentuh produk secara langsung sebelum membeli.

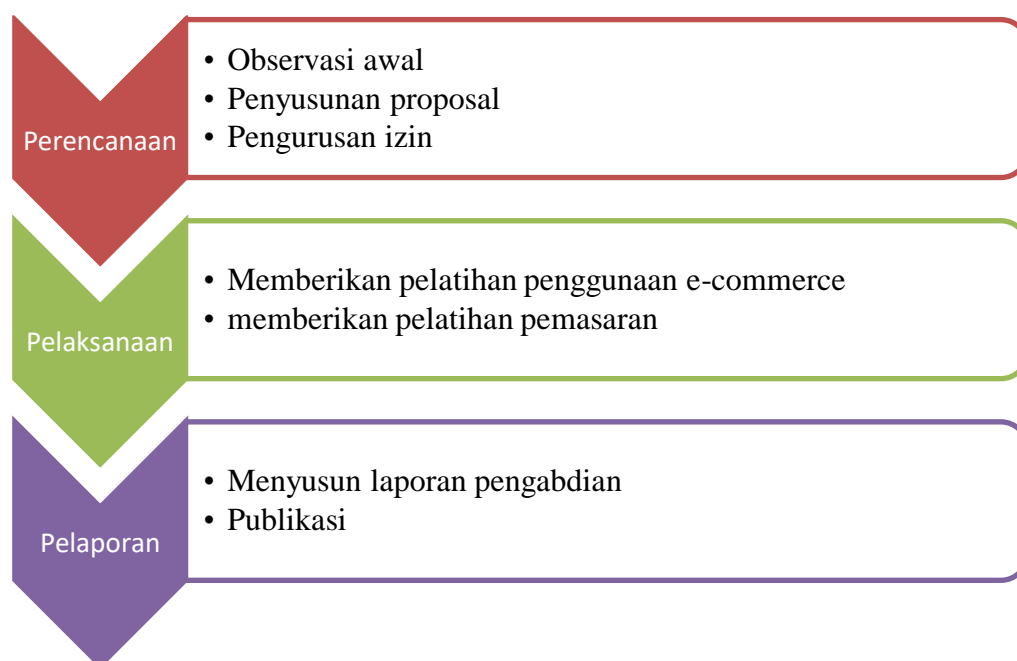
Begitu juga jika penjualan dilakukan pada *marketplace* atau status pada grup-grup FJB Kota Batam, memiliki kendala sebagai berikut:

- a. Persaingan yang ketat: Marketplace Facebook adalah platform yang sangat populer dan banyak digunakan oleh penjual dan pembeli. Persaingan yang tinggi dapat membuat sulit bagi penjualan untuk membedakan diri dan menarik perhatian pembeli potensial.
- b. Penipuan dan keamanan: Marketplace Facebook rentan terhadap penipuan dan kegiatan ilegal lainnya. Pengguna harus berhati-hati terhadap penipuan pembeli maupun penjual, serta menghadapi risiko tidak mendapatkan pembayaran atau menerima produk palsu.
- c. Masalah pengiriman dan logistik: Jika menjual produk fisik, maka perlu mengatur pengiriman dan logistik dengan baik. Kendala seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan produk saat pengiriman, atau biaya pengiriman yang tinggi dapat menjadi hambatan dalam menjual di marketplace Facebook.
- d. Kualitas layanan pelanggan yang terbatas: Marketplace Facebook mungkin tidak menyediakan sistem layanan pelanggan yang komprehensif. Ketika menghadapi masalah dengan transaksi atau pelanggan, menghubungi dukungan bisa menjadi sulit dan memakan waktu.
- e. Terbatasnya fitur dan fleksibilitas: Marketplace Facebook memiliki batasan pada fitur dan fleksibilitas dalam menjual produk. Misalnya, tidak dapat menyesuaikan tampilan toko secara mendalam atau membuat promosi khusus sesuai kebutuhan.

Berdasarkan permasalahan di atas maka perlu dilakukan pelatihan kepada komunitas UMKM Bundo Kandung agar dapat memasarkan produknya secara maksimal dan secara luas agar meningkatkan jumlah pembelian dan omset penjualan. Salah satunya adalah dengan menggunakan e-commerce dan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi sehingga mendatangkan keuntungan bagi ibu-ibu anggota komunitas UMKM Bundo Kandung.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian dilakukan pada Komunitas UMKM Budo Kandung di Tiban Lama Kota Batam selama dua minggu. Dimana kegiatan diawali dengan obeservasi kegiatan *live streaming*, penjualan online dan penjualan yang dilakukan secara langsung di rumah maupun ditoko, dari kegiatan ini didapatkan permasalahan-permasalahan yang terjadi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dilakukan pelatihan penggunaan *e-commerce* dan promosi yang efektif agar meningkatkan penjualan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan secara bertahap agar didapatkan hasil yang maksimal (Soeprpto et al., 2022). Adapun tahapannya dapat dilihat ada gambar berikut:



Gambar 2. Tahapan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada tahap obsevasi dilakukan pengamatan terhadap kegiatan yang dilaksanakan oleh Komunitas UMKM Bundo Kandung bersama anggota-anggotanya, pada tahapan ini tim menukan permasalahan bahwa komunitas ini belum memiliki agenda yang tetap untuk meningkatkan kemampuan anggotanya terutama dalam bidang e-commerce dan pemasaran, serta ditemukan juga kelemahan atau kekurangan dengan model penjualan saat ini.

Tahap pelaksanaan menggunakan model penemuan terbimbing dimana peserta pelatihan belajar berdasarkan pengalamannya tentang penguasaan

teknologi dan cara pemasaran produk yang dilakukan selama ini (Adriani, Kadir, Salam, & Ikman, 2019), kemudian tim pengabdian memberikan masukan sebagai evaluasi terhadap permasalahan yang dihadapi dan memberikan pelatihan menggunakan *e-commerce* serta cara promosi yang tepat (Arynda, Susanto, 2012). Sedangkan tahap pelaporan dilakukan penyusunan laporan pengabdian kepada masyarakat dan pembuatan artikel untuk publikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan menggunakan metode penemuan terbimbing dilakukan beberapa tahapan yaitu:

1. *Introduction and review*

Tim pengabdian membuka pelatihan dengan memaparkan tujuan dan fokus pelatihan dilakukan, agar dapat menarik perhatian dari peserta.



Gambar 3. Pemaparan Tujuan dan Fokus Pelatihan

2. *Open-ended phases*

Pada tahapan ini tim pengabdian memberikan contoh-contoh penjualan yang dilakukan secara online serta kelebihan dan kekurangan dari metode ini, kemudian meminta peserta untuk menceritakan permasalahan yang dihadapinya ketika berjualan *live streaming* dan melalui grup-grup FJB (forum jual beli) *facebook* khusus untuk Kota Batam.

3. *Convergent phases*

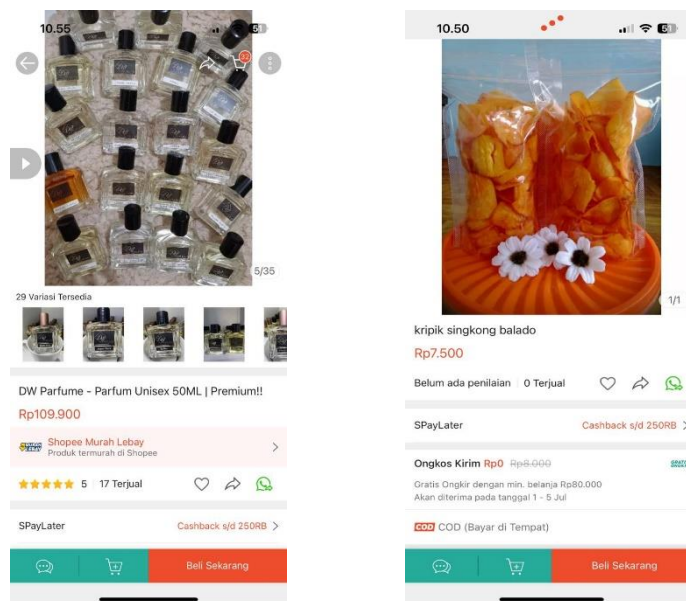
Tim pengabdian membantu peserta mencari pola-pola yang tepat dalam berjualan, seperti jam *live streaming* yang tepat agar mendapatkan jumlah penonton dan pembeli yang potensial, cara berjualan di grup FJB agar konsumen percaya akan kualitas produk, penggunaan *e-commerce* untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap penjual, promosi dengan memanfaatkan review produk dari konsumen yang telah berbelanja atau menggunakan iklan di media sosial.



Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Akun *Seller* di *E-commerce*

4. *Apliation*

Berdasarkan pengetahuan yang didapatkan pada tahapan sebelumnya, diimplementasikan dalam membuat akun sebagai *seller* (penjual) pada *e-commerce* yang telah ada, kemudian dilakukan promosi dengan terhadap produknya dengan melampirkan toko online yang dimiliki untuk meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus sebagai pilihan bertransaksi.



Gambar 5. Penjualan di e-commerce Shopee

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelatihan yang telah diberikan kepada Komunitas UMKM Bundo Kandung yaitu:

- a. Telah terjadi perubahan pada agenda kegiatan pertemuan, yang awalnya hanya untuk kegiatan pengajian saat ini ditambah dengan diskusi mengenai usaha yang sedang dijalankan, bahkan meminta dari tim pengabdian untuk memberikan materi tambahan untuk memajukan usahanya.
- b. Tidak semua anggota yang mau menjalankan usahanya di *e-commerce* karena keterbatasan kemampuan menggunakan teknologi dan ketakutan akan persaingan dengan produk yang serupa.
- c. Setelah penggunaan *e-commerce* selama satu bulan telah terjadi transaksi, meskipun ada beberapa *e-commerce* yang belum berjalan dengan baik, tetapi terjadi peningkatan pembelian pada produk tertentu seperti keripik balado dan parfume.

Adanya pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan ibu-ibu Komunitas UMKM Bundo Kandung dalam menjalankan usahanya menjadi lebih baik lagi.

5. SARAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan dapat diberikan saran yaitu bagi ibu-ibu Komunitas UMKM Bundo Kandung diharapkan menambah berbagai kegiatan atau pelatihan lainnya yang berkaitan dengan kemampuan manajemen, desain *packaging* produk agar lebih menarik, dan pendaftaran merek agar tidak ada produk lain menggunakan merek yang sama untuk produk yang memiliki ciri khas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Ibnu Sina, Universitas Putera Batam dan Komunitas UMKM Bundo Kandung yang telah memberikan dukungan terhadap kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, S. A., Kadir, K., Salam, M., & Ikman, I. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Penemuan Terbimbing Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Kelas VII SMP Negeri 3 Raha. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 10(1), 66. doi:10.36709/jpm.v10i1.5645
- Arynda, Susanto, D. (2012). Penerapan Metode Penemuan Terbimbing dengan Pendekatan Kontekstual dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa pada Materi Aritmetika Sosial. *Kadikma*, 3(3), 123–132.
- Rafika, I. (2021, December 8). Apa Yang Disebut Dengan Perdagangan? *Kompas.Com*, p. 1.
- Shaid, N. J. (2022, June 16). Pengertian UMKM, Kriteria, Ciri dan Contohnya. *Kompas.Com*, p. 1.
- Soeprapto, O. H., Ariadi, H., Khasanah, K., Studi, P., Perairan, B., Perikanan, F., & Pekalongan, U. (2022). Pelatihan Pembuatan Probiotik Herbal Bagi Kelompok Pembudidaya Ikan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(8), 1929–1934.

- Statistik, B. P. (2020). Perdagangan Dalam Negeri. Retrieved from <https://www.bps.go.id/subject/173/perdagangan-dalam-negeri.html>
- Suyadi, & Syahdanur. (2018). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bengkalis Riau. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 29(1), 1–10.
- Wicaksono, A. (2021, August 31). Ragam Cara Live Streaming di Facebook. *CNN Indonesia*, p. 2.