



## SOSIALISASI STRATEGI PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PRODUK UMKM PADA WARGA KELURAHAN CUPAK TANGAH KOTA PADANG

Widya Rahmawati<sup>1</sup>Yuliarni Putri<sup>2</sup>, Sapta Eka Putra<sup>3</sup>, Trio Candra Yoga<sup>4</sup>, Sherly Yulinda<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Tamansiswa Padang

Jalan Tamansiswa No.9 Alai Parak Kopi Kecamatan Padang Utara

e-mail: <sup>1</sup>[widyar2072@gmail.com](mailto:widyar2072@gmail.com), <sup>2</sup>[yuliarniputri90@gmail.com](mailto:yuliarniputri90@gmail.com),

<sup>3</sup>[saptaeka55putra@gmail.com](mailto:saptaeka55putra@gmail.com), <sup>4</sup>[triocandrayoga389@gmail.com](mailto:triocandrayoga389@gmail.com)

### *Abstrak/Abstract*

*Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan pelaksanaan pengalaman ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya langsung pada masyarakat secara kelembagaan sebagai bagian Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini merupakan tanggungjawab yang luhur dalam usaha pengembangan kemampuan masyarakat, sehingga dapat mempercepat laju pertumbuhan tercapainya tujuan pembangunan nasional. Perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam menjalankan strategi pemasaran produknya yaitu menggunakan Electronic Commerce (E-Commerce) yaitu penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, masyarakat atau lainnya yang dilakukan melalui komputer atau smartphone pada media jaringan. Pengenalan dan penerapan Electronic Commerce (E-Commerce) perlu di sosialisasikan kepada pelaku UMKM Kelurahan Cupak Tengah Kecamatan Pauh Padang Sumatera Barat karena mereka kebanyakan adalah ibu rumah tangga yang belum paham tentang Electronic Commerce (E-Commerce).*

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, E-Commerce, UMKM*

### **1. PENDAHULUAN**

Perekonomian Indonesia setelah kontraksi akibat Covid -19 pada tahun 2020 mengalami deflasi atau penurunan drastis karena pergerakan yang kurang stabil. Pemerintah Indonesia mengeluarkan berbagai kebijakan agar perekonomian tidak semakin turun drastis, salah satunya adalah mengeluarkan strategi kebijakan guna memulihkan perekonomian Indonesia. Pemerintah optimis melaksanakan kebijakan dengan konsisten dan membangun kerja sama dengan seluruh komponen bangsa. Hal ini tidak hanya dilakukan oleh pemerintah pusat tetapi pemerintah daerah juga ikut melaksanakannya. Masyarakat dan pelaku usaha juga memiliki peran strategis dalam pergerakan pemulihan ekonomi Indonesia.



Pemerintah pusat dan daerah melakukan kebijakan fiskal dan moneter dengan harapan dapat mengurangi dampak negatif pada perekonomian Indonesia yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. Salah satu tujuan kebijakan ini agar menggerakkan kembali usaha para pelaku usaha termasuk Pertumbuhan UMKM saat ini dinilai penting untuk menjaga momentum pemulihan ekonomi Indonesia, namun pengembangannya masih terdapat tantangan dan hambatan seperti tata kelola, minimnya fasilitas produksi dan strategi memasarkan produk UMKM tersebut.

Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartanto (2023) UMKM menjadi sayarat penting untuk menjaga momengtum pemulihan ekonomi dan struktur ekonomi Indonesia sangat ditopang oleh konytribusi sektor UMKM. Kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PBD) Indonesia hampir 61% dan menyerap sebanyak 97% tenaga kerja. Pemerintah telah menambah jumlah kredit usaha rakyat (KUR) tahun 2023 menjadi Rp. 450 triliun dari Rp. 360 triliun di tahun 2022.

Tidak semua pelaku UMKM dapat memasarkan produk dan mendapatkan laba yang diinginkan karena pelaku UMKM tidak memiliki pengetahuan bagaimana cara memasarkan produk atau usaha mereka. Hal ini juga dirasakan bagi pelaku UMKM yang ada di daerah Kelurahan Cupak Tangah Kecamatan Pauh Padang Sumatera Barat. Banyak pelaku UMKM di daerah ini tidak bisa memasarkan produk mereka karena adanya produk yang sama pada pelaku usaha lainnya. Saat ini perkembangan internet sudah membentuk sebuah dunia abaru yang disebut dunia maya. Dunia maya ini setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berinteraksi dengan individu lainnyatanpa batasan apapun. Perkembangan teknologi ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam menjalankan strategi pemasaran produknya yaitu menggunakan Electronic Commerce (E-Commerce) yaitu penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, masyarakat atau lainnya yang dilakukan melalui komputer atau smartphone pada media jaringan. Pengenalan dan penerapan Electronic Commerce (E-Commerce) perlu di sosialisasikan kepada pelaku UMKM Kelurahan Cupak Tangah Kecamatan Pauh Padang Sumatera Barat karena mereka kebanyakan adalah ibu rumah tangga yang belum paham tentang Electronic Commerce (E-Commerce).

## **2. MASALAH**

Masalah yang dapat diselesaikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah bagaimana produk UMKM yang ada di daerah Kelurahan Cupak Tangah Kecamatan Pauh Padang Sumatera Barat ini dapat di pasarkan melalui Electronic Commerce (E-Commerce)



yang saat ini banyak pelaku usaha di dunia menggunakannya.

### 3. METODE PENGABDIAN

Lokasi kegiatan dilaksanakan di Kelurahan Cupak Tengah Kecamatan Pauh Padang Sumatera Barat. Rangkaian kegiatan pengabdian terdiri atas:

1). Sosialisasi kepada pelaku UMKM bagaimana dapat memasarkan produknya dengan menggunakan

Electronic Commerce (E-Commerce)

2) Pendampingan bagi mahasiswa dalam bersosialisasi kepada masyarakat sebagai motor penggerak pendidikan dari Universitas Tamansiswa khususnya bagaimana memanfaatkan social media serta fitur e-commerce dalam promosi pada bisnis ritel.

### 4. PEMBAHASAN DAN HASIL

Perguruan tinggi diharapkan dapat menjadi solusi ditengah persoalan yang dihadapi masyarakat terutama dengan keadaan sosial dimasyarakat, khususnya dalam hal-hal yang berkaitan dengan masyarakat yang harus paham dan memahami teknologi dan bagaimana memanfaatkan teknologi tersebut untuk dalam dunia usaha. Pada dunia pendidikan juga perlu melakukan inovasi dan, mempelajari keinginan dan kebutuhan pasar.

Strategi pemasaran dengan menggunakan Electronic Commerce (E-Commerce) pada UMKM di Kelurahan Cupak Tengah Kecamatan Pauh Padang Sumatera Barat dapat memasarkan produk pelaku UMKM ini di sekitar kota Padang dan diluar kota Padang bahkan sampai ke luar provinsi Sumatera Barat dan menjadikan pelaku UMKM sebagai pebisnis yang mampu bersaing dengan pelaku usaha besar dan mampu mengimplementasikan atau menerapkan teknologi dan informasi kedalam bisnis yang dijalankan.

Penerapan strategi Electronic Commerce (E-Commerce) juga dapat menggambarkan perilaku konsumen atau aliran pengunjung online antara mesin pencari, situs media, dan perantara lainnya untuk pelaku bisnis dan pesaingnya (Ahmadi dan Hermawan, 2017). Secara strategis, ada tiga domain besar yang membentuk komunitas E-Commerce, yaitu: proses, institusi, dan teknologi. Seperti telah dijelaskan di atas, proses yang terjadi di dalam perdagangan elektronik kurang lebih sama..pada dasarnya E-Commerce merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi, sehingga secara signifikan merubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini adalah terkait dengan mekanisme dagang (Kodrat, 2020).

UMKM di Kelurahan Cupak Tengah Kecamatan Pauh Padang Sumatera Barat selama ini memasarkan produk dari mulut ke mulut/word of mouth (WOM) dan menitipkan produk di



warung-warung kecil atau toko-toko grosir yang ada di sekitar tempat tinggal. Hal ini menyebabkan lambatnya pertukaran produk/produk tidak terjual sehingga terjadinya penumpukan produk di warung atau toko grosir tersebut.

Dalam kegiatan sosialisasi ini menggunakan alat dan bahan yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan ini. Adapun alat yang digunakan berupa Komputer PC, Laptop, Earphone, dan Sound System, serta perangkat-perangkat lainnya yang dibutuhkan dalam proses sosialisasi secara luring ini. Bahan yang digunakan kertas kwarto untuk dipakai catatan sementara sebelum dipindahkan ke Laptop. Kertas Kwarto untuk laporan pengabdian, alat tulis menulis serta tinta printer untuk penggandaan laporan. Ada beberapa tahapan dalam pelaksanaan pengabdian ini diantaranya

#### 1. Tahap Persiapan

Survei dan observasi apakah masyarakat di Kelurahan Cupak Tengah Kecamatan Pauh Padang Sumatera Barat memiliki usaha bisnis yang telah dijalankan atau digeluti. Setelah mengetahui gambaran kondisi peserta sosialisasi, selanjutnya dilakukan pemantapan materi yang akan disampaikan. Penyusunan bahan/materi sosialisasi meliputi slide presentasi, dan penyebaran slide materi.

#### 2. Tahap Pelaksanaan Sosialisasi

Pada tahap ini peserta sosialisasi terlebih dahulu mengisi daftar absen kegiatan sosialisasi. Selanjutnya dilakukan pemberian materi berdasarkan hasil observasi oleh Tim Pengabdian. Sosialisasi dilakukan terlebih dahulu memberikan materi mengenai perkembangan bisnis menggunakan *Electronic Commerce (E-Commerce)*. Kegiatan ini juga memfokuskan pada pemberian kiat mengelola bisnis ritel dengan teknik pemasaran secara daring/online, serta berbagai macam inovasi bisnis berbasis *Electronic Commerce (E-Commerce)* yang dapat dikembangkan oleh peserta. Simulasi dalam kegiatan ini dilakukan dengan mempertimbangkan jenis bisnis yang sedang dikelola oleh setiap peserta, kemudian dilakukan praktek serta *sharing session* dalam mengelola bisnis online melalui berbagai platform media social seperti *Instagram, Whatsapp, dan marketplace facebook* serta website *e-commerce*.

#### 3. Tahap Testing dan Sharing

Penyampaian materi sosialisasi ini dilakukan dengan ceramah kemudian dilanjutkan dengan Tanya jawab bila masih ada hal yang belum dipahami oleh peserta. Tahapan testing ini digunakan untuk mengetahui jenis produk yang dimiliki peserta, membuat web E-Commerce serta menentukan jenis aplikasi yang tepat digunakan. Jenis Produk dan beberapa media bisnis yang dimanfaatkan oleh peserta dalam memasarkan produknya.

#### 4. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini kegiatan evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengetahuan masyarakat dari sosialisasi strategi pemasaran berbasis E-Commerce yang diadakan



dan aplikasi atau web apa yang sudah terbentuk untuk memasarkan produk yang sudah dihasilkan oleh masyarakat. Evaluasi yang dilakukan adalah melihat tingkat partisipasi peserta dalam menjalankan proses sosialisasi dan tingkat keterampilan peserta dalam membuat dan mengelola web E-Commerce serta memanaj bisnis mereka secara online. Evaluasi aspek pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan cara mengukur indikator keberhasilan yang meliputi, keterlibatan, kemampuan serta daya tangkap peserta selama sosialisasi berlangsung.

## 5. KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan kegiatan dapat ditarik kesimpulan:

- a) Pelaku UMKM di Kelurahan Cupak Tengah Kecamatan Pauh Padang Sumatera Barat telah siap bagaimana strategi pemasaran produk yang dihasilkan dan bagaimana cara menghadapi tantangan dan kendala perkembangan bisnis pada masa pasca pandemic Covid-19.
- b) Pelaku UMKM telah menciptakan platform e-commerce yang diberi nama sesuai dengan jenis produk dan nama pelaku sendiri. Platform ini di design sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana pelaku UMKM telah menjalankan sesuai dengan teori yang dipelajari mengenai strategi pemasaran dan E-Commerce. Karena perubahan perilaku konsumen sekarang ini yang lebih suka hanya duduk di rumah, memesan kebutuhan pokok secara online.
- c) Selain itu pelaku UMKM juga sudah menyiapkan metode pembayaran digital dengan menggunakan aplikasi M-Banking, dana, ovo dan Shopeepay yang mudah konsumen dalam proses pembayaran. Keunggulan dari penggunaan web E-Commerce ini yaitu pelanggan mudah dalam mencari informasi terkait produk yang akan di beli dan mendapatkan potongan harga setiap pembelian produk per item nya.

## DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, Candra dan Hermawan, Dadang. 2017. E-Business dan E-Commerce. Yogyakarta. Penerbit Andi

Delerue, Helene, Andreas M. Kaplan, and Michael Haenlein. 2012. Social Media: Back to the Roots and Back to the Future. *Journal of Systems and Information Technology* 14(2): 101–4.

Denilia Atsiska Y, Aflit Nuryulia P, Anida Latifah, Nuri Amriyatul K, Teguh Sutanto, M



Guntur M. 2019. "Peran Mahasiswa Dalam Adopsi E-Commerce (Studi Kasus Pengusaha Olahan Jenang Kedunggudel Sukoharjo)." Seminar Nasional dan The 5th Call for Syariah Paper Universitas.

Djamaludin, Djamaludin, Aviasti Aviasti, and Otong Rukmana. 2016. Peningkatan Kemampuan Usaha Kecil Menengah Di Wilayah Bandung Raya Dalam Pemanfaatan Internet Sebagai Sarana Pemasaran Dan Perluasan Jangkauan Pasar. ETHOS (Jurnal Penelitian dan Pengabdian): 125

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>

## LAMPIRAN





# Jurnal

Pengabdian kepada Masyarakat

# DEWANTARA

E-ISSN 2656-5951





Badan Penyelenggara Perguruan Tinggi Tamansiswa

**UNIVERSITAS TAMANSISWA PADANG**

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LPPM)

Jl. Tamansiswa No. 9 Padang (25138) Tlp : (0751) 40020, Fax : (0751) 7055410.

e-mail : [lpmm@tamansiswa.ac.id](mailto:lpmm@tamansiswa.ac.id) ; Website : [lpmm.tamansiswa.ac.id](http://lpmm.tamansiswa.ac.id)**SURAT TUGAS**

No. 078/PTS.05.H9/PM/2023

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tamansiswa Padang menugaskan nama-nama dibawah ini :

No.	Nama	NIDN/NPM	Fakultas/Prodi
1	Widya Rahmawati, SE.,MM	1020078302	FEB/Manajemen Retail
2	Yuliani Putri, SE.,MM	1024039003	FEB/Manajemen Retail
3	Trio Candra Yoga, SE.,MM	1027079301	FEB/Manajemen Retail
4	Sapta Eka Putra, S. Kom. M. Kom	1006069203	FEB/Manajemen Retail
5	Sherly Yulinda	1910005532011	FEB/Manajemen Retail

Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian berikut:

Judul Pengabdian	:	Sosialisasi Strategi Pemasaran Berbasis E-Commerce Produk UMKM pada Warga Kelurahan Cupak Tengah Kota Padang
Lokasi	:	Kelurahan Cupak Tengah Kecamatan Pauh Kota Padang Sumbang
Jadwal Pelaksanaan	:	9-10 Juni 2023

Demikianlah surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dan dipergunakan dengan semestinya.

Padang, 08 Juni 2023  
Ketua LPPM,



**Dr. Ir. Afrion, MP**  
NIDN. 0027015902

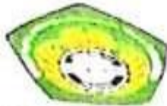
Tembusan:

1. Arsip



**Akreditasi Perguruan Tinggi (APT) Baik Sekali**  
SK BAN-PT No. 1955/SK/BAN-PT/Ak/PT/XI/2022





Badan Penyelenggara Perguruan Tinggi Tamansiswa

## UNIVERSITAS TAMANSISWA PADANG

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LPPM)

Jl. Tamansiswa No. 9 Padang (28138) Telp. (0751) 49920, Fax. (0751) 503410

e-mail: [ppm@tamansiswa.ac.id](mailto:ppm@tamansiswa.ac.id) Website: [ppm.tamansiswa.ac.id](http://ppm.tamansiswa.ac.id)

### DAFTAR HADIR

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	FAUZIAH	WAKIL KETUA PKK	
2	YUENIDA	ANGGOTA PKK	
3	YENI IELITA	"	
4	KACHAH	"	
5	MELLYA AFRIANI	"	
6	ERHITA	"	
7	LICCUARNI	"	
8	SSAM SUARNI	"	
9	YULIA AFRITA	"	
10	SUSI FEBRIYENI	"	
11	HURENATATI	"	
12	DESHITA	"	
13	ASHA	"	
14	IRMA YULIA	"	
15	SRI RAHAYU	"	

Mengetahui,

Ketua LPPM,

Dr. H. Alifan, M.P.  
NIDN: 002 7015002

Akreditasi Institut Pendidikan Padang 2019

CS Diproduksi dengan CorelDraw