

**PELATIHAN PEMASARAN MENGGUNAKAN *PLATFORM E COMMERCE*:  
 BAGI PELAKU UMKM RENGGINANG BU IMAM DESA TENGGIR  
 BARAT, KECAMATAN PANJI, KABUPATEN SITUBONDO**

***MARKETING TRAINING USING THE E-COMMERCE PLATFORM: FOR  
 RENGGINANG SMEs, BU IMAM, TENGGIR BARAT VILLAGE, PANJI  
 DISTRICT, SITUBONDO DISTRICT***

Yudha Praja<sup>1)</sup>, Muhammad Iqbal Anshory<sup>2)</sup>, Mohammad Imam Ali Ghufra<sup>3)</sup>, Maulana  
 Febri Arisusanto<sup>4)</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

<sup>1</sup>Email: yudha\_praja@unars.ac.id

**Abstrak** Desa Tenggir Barat Kabupaten Situbondo merupakan salah satu desa yang masyarakatnya mempunyai potensi usaha di level UMKM yang dapat dikembangkan, hanya saja perlu diberikan pemahaman literasi digital supaya lebih kreatif dalam mengembangkan pemasaran dan meningkatkan penjualan. Dengan berkembangnya dunia digital sangat penting bagi pelaku UMKM untuk adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, dalam hal ini adalah media sosial sebagai upaya untuk meningkatkan dan memperluas jangkauan pemasaran. Pengabdian ini dilakukan dengan observasi langsung, diskusi dan pemecahan kasus-kasus yang dialami oleh pemilik usaha, serta memberikan arahan strategi yang tepat dalam menggunakan media sosial, penjualan di *platform*, memilih *market place*, dan konsep *e-Commerce*, dengan adanya pengabdian ini diharapkan dapat mengembangkan kreatifitas pemasaran dan meningkatkan penjualan usaha tersebut.

**Kata Kunci** : Media sosial, Penjualan *online*, Literalisasi digital.

**Abstract** West Tenggir Village, Situbondo Regency is one of the villages where the community has business potential at the MSME level that can be developed, it just needs to be given an understanding of digital literacy so that they can be more creative in developing marketing and increasing sales. With the development of the digital world, it is very important for MSMEs to adapt to developments in digital technology, in this case social media as an effort to improve and expand marketing reach. This service is carried out by direct observation, discussion and solving cases experienced by business owners, as well as providing appropriate strategic direction in using social media, selling on platforms, choosing market places, and e-Commerce concepts. With this service it is hoped that it can develop marketing creativity and increase business sales.

**Keywords**: Social media, Online shop, Digital literalization.

## **PENDAHULUAN**

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional utamanya dalam penciptaan lapangan kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah dijelaskan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Hanim & Noorman 2018:5). UMKM harus bangkit dengan semangat kebaruan dan inovasi, serta diakselerasi dengan dukungan kolaborasi dan sinergi antar seluruh pemangku kepentingan guna mendorong peran UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Pada awal tahun 2021 pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Situbondo mencapai 2,36 persen. Tahun 2022 perekonomian di Situbondo kembali tumbuh mencapai 4,39 persen (BPS Situbondo, 2023). Dari sisi produksi, pertumbuhan terbesar terdapat pada Lapangan Usaha Transportasi dan Pergudangan; Jasa

Lainnya; dan Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi Makan dan Minum. Pertumbuhan ekonomi juga ditopang peran UMKM yang terus meningkat.

Desa Tenggir Barat Kabupaten Situbondo merupakan salah satu desa yang memiliki potensi usaha UMKM yang masih dapat dikembangkan salah satunya usaha rengginang milik Ibu Imam. Pelaku UMKM perlu diberikan pemahaman literasi digital agar mampu lebih kreatif dalam mengembangkan pemasaran dan meningkatkan penjualan, kondisi tersebut muncul karena sistem penjualan langsung di tempat memiliki keterbatasan, maka dari itu dengan berkembangnya dunia digital, menjadi penting bagi pelaku UMKM untuk adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dalam hal ini adalah media sosial, sebagai upaya untuk meningkatkan dan memperluas jangkauan pemasaran secara menyeluruh.

Memperhatikan kondisi penjualan yang masih tidak memanfaatkan media sosial dalam pengembangan usaha ini maka perlu dilakukan “Pengabdian Pada Usaha Rengginang Ibu Imam di Desa Tenggir Barat Kecamatan Situbondo Dengan Menggunakan Penguatan Literasi Digital”. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan observasi, diskusi dan pemecahan kasus-kasus yang dialami oleh pemilik usaha, serta memberikan arahan strategi yang tepat dalam menggunakan media sosial, penjualan di platform, memilih *market place*, dan konsep *e-Commerce*. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Ibu Imam selaku pemilik usaha dalam mengembangkan kreatifitas pemasaran dan meningkatkan penjualan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan pengabdian pada Rengginang Ibu Imam dengan tema “Pengabdian Pada Usaha Rengginang Ibu Imam di Desa Tenggir Barat Kecamatan Situbondo Dengan Menggunakan Penguatan Literasi Digital” dilakukan dengan metode dan tahapan sebagai berikut:

### **1. Observasi**

Hasil dari tahap observasi ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman tentang literasi digital, terutama bagi pemilik usaha Rengginang Ibu Imam. Temuan ini menunjukkan bahwa pemilik usaha tersebut belum sepenuhnya

memahami literasi digital atau penjualan secara *online*, yang dapat membantu meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan.

## **2. Pelaksanaan Sosialisasi**

Pada tahap pelaksanaan pengabdian, setiap tujuan dan perencanaan sosialisasi dilaksanakan sesuai prosedur dan disampaikan melalui wawancara terhadap pemilik usaha tentang kemajuan *market place online* dan literasi digital. Pengabdian ini dirancang untuk meningkatkan penjualan produk secara maksimal dan supaya lebih dikenal oleh semua orang.

## **3. Evaluasi**

Setelah pengabdian selesai, evaluasi dilakukan untuk mengetahui dan membandingkan hasil dengan tujuan pengabdian. Selain itu, evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan dan daya serap peserta pengabdian dalam memahami materi yang diberikan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan penyuluhan pelatihan di Desa Tenggir Barat Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo telah berjalan dengan lancar bersama dengan pemilik UMKM Rengginang Bu Imam. Sosialisasi ini dilaksanakan selama satu hari pada tanggal 22 Juni 2024. Peserta pelatihan terlihat sangat antusias dengan materi yang diberikan, hal ini terlihat dari awal hingga akhir kegiatan semua peserta mengikuti dengan baik. Tujuan utamanya adalah memahami bagaimana UMKM menggunakan teknologi informasi dan komunikasi dalam bisnis mereka, serta mengetahui *platform e commerce* yang sudah atau belum digunakan, seperti Shopee.

### **2. Materi Pokok**

Inti materi yang disampaikan yaitu; pentingnya pemasaran *online*, perbedaan Marketplace, *E-Commerce*. Kunci utama pemasaran secara *online*, salah satunya menggunakan *Shopee* yang meningkatkan laba penjualan, dengan cara mempengaruhi calon pembeli, branding, promosi, dan pengembangan bisnis digital.

### 3. Hasil Kegiatan

Hasil yang telah dicapai ialah pemahaman akan pemanfaatan media sosial terutama *Shopee*, Pengabdian yang telah dilakukan menghasilkan pemahaman kemudahan bagi pelaku usaha dalam pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk secara elektronik dan penggunaan teknologi lain sebagai penunjang dalam meningkatkan penjualan produk lebih maksimal dan lebih efektif.

Pencapaian yang didapat melalui kegiatan pengabdian di Rengginang Ibu Imam di Desa Tenggir Barat ialah sebagai berikut:

1. Mendapatkan wawasan tentang *online* shop khususnya bagi pemilik usaha dan peserta pengabdian.
2. Pendampingan promosi produk yang memanfaatkan media *online*.
3. Publikasi jurnal.



Gambar 1. Penyampaian materi pengabdian



Gambar 2. Pembuatan akun *shopee*



**Gambar 3.** Penutup dan sesi foto bersama

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari pelaksanaan pengabdian pada Rengging Ibu Imam dalam memberikan wawasan tentang pemanfaatan *online shop*, *market place*, dan *E-Commerce*. Bagi pemilik usaha perlu belajar lebih banyak tentang literasi digital, sehingga mereka dapat menggunakan media sosial untuk mendapatkan keuntungan finansial. Selain itu, pemilik usaha harus lebih mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi digital dan mampu membuat strategi marketing yang efektif.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pertama-tama, kami ucapkan terimakasih kepada lembaga pendidikan kami Universitas Abdurachman Saleh Situbondo yang telah memfasilitasi kami dalam mengembangkan dan menerapkan ideologi kami kepada masyarakat dan mahasiswa, selanjutnya ucapan terimakasih kepada objek yang telah kami tempati dalam pengabdian serta semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang telah kami jalankan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Gunadarma, (2006). Jakarta. Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Salemba Empat.
- Hamdani. (2020). Mengenal *Usaha Mikro Kecil dan Menengah* (UMKM) Lebih Dekat. Jakarta. Uwais Penerbit Indonesia
- Harmawati M, Andri Y.S. (2022) Statistik *E-commerce*. Jakarta.
- Hisrich, Robert. (2009). *Entrepreneurship*, Salemba Empat.
- Regina, A.N., Sherine dan Uun R. (2020). Penerapan Strategi Online Marketing UMKM Pada Era Normal Baru.
- Suryana, (2006). Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Salemba Empat.
- Sutjipto, N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur melintasi pandemi COVID-19. *In K-Media*
- Sholahuddin, M. Wiyadi, Abas, N.I, (2024). Vol. 1. Rahmawati, S.D, Rahmawati, R.Y. Strategi *Digital Marketing* Untuk Peningkatan Usaha UMKM Binaan PCIM Malaysia.
- Wijatno, Serian, (2009). Pengantar *Entrepreneurship*. Grasindo.