



SOSIALISASI *E-COMMERCE* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK HALAL UMKM TEGAL SALAM CARIU

Novingky Ferdinand^{1*}, Muhammad Salman Al Farisi², Ermi Herawati³, M.Fauzan⁴

^{1,2,3,4}STEBIS Bina Mandiri, Bogor, Indonesia

*email: novingky@binamandiri.ac.id

(Diterima: Februari 02, 2024; Direvisi: Februari 15, 2024; Dipublikasikan: Februari 25, 2024)

ABSTRAK

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Istilah ini merujuk pada jenis-jenis usaha yang memiliki skala kecil atau menengah dalam hal jumlah karyawan, omset, dan aset. Dalam era digital, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menghadapi beberapa kendala yang perlu diproduksi agar dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Beberapa UMKM mungkin tidak memiliki akses atau pengetahuan yang memadai tentang teknologi digital dan internet. Ini dapat membuat mereka kesulitan dalam mengadopsi solusi digital yang efektif untuk mengelola bisnis mereka. Keterampilan khusus yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi digital, seperti pemasaran online, *e-commerce*, analitik web, dan manajemen media sosial, sering kali tidak dimiliki oleh pemilik UMKM atau karyawan mereka. Salah satu solusi yang dapat dikedepankan dalam memproduksi masalah tersebut adalah dengan memanfaatkan teknologi digital *e-commerce*. Pelatihan ini merupakan rangkaian kegiatan yang dirancang untuk memproduksi kendala-kendala ini, UMKM perlu beradaptasi dengan perubahan digital dengan meningkatkan literasi digital dan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas produk mereka di pasar online. Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan ini adalah dengan mengadakan sosialisasi bagi UMKM Tegal Salam Feed di Kecamatan Cariu Bogor. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pemahaman kepada pelaku usaha UMKM Tegal Salam Feed tentang pentingnya literasi digital dalam mengembangkan bisnis. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku usaha UMKM Tegal Salam Feed dapat memperoleh literasi dan pemahaman digital dengan memanfaatkan media *e-commerce* untuk mengembangkan bisnis.

Kata Kunci: Produk Halal, *E-Commerce*, UMKM

ABSTRACT:

UMKM is an abbreviation of Micro, Small and Medium Enterprises. This term refers to types of businesses that have a small or medium scale in terms of number of employees, turnover, and assets. In the digital era, micro, small and medium enterprises (MSMEs) face several obstacles that need to be overcome in order to survive and thrive in an increasingly competitive business environment. Some MSMEs may not have adequate access or knowledge about digital technology and the internet. This can make it difficult for them to adopt effective digital solutions to manage their business. The specific skills needed to take advantage of digital technologies, such as online marketing, e-commerce, web analytics, and social media management, are often lacking in MSME owners or their employees. One solution that can be put forward in overcoming this problem is to utilize digital e-commerce technology. This training is a series of activities designed to address these constraints, MSMEs need to adapt to digital changes by increasing digital literacy and leveraging existing resources to increase their reach and visibility in the online market. The method used in carrying out this activity is by holding socialization for Tegal Salam Feed UMKM in Cariu District, Bogor. The purpose of this community service activity is to provide understanding to Tegal Salam Feed MSME business actors about the importance of digital literacy in developing a business. The results of this community service activity are that Tegal Salam Feed MSME business actors can gain digital literacy and understanding by utilizing e-commerce media to develop their business.

Keywords: Halal Product, *E-Commerce*, MSMEs

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil menengah merupakan salah satu usaha ekonomi produktif yang mendorong proses peningkatan ekonomi Indonesia beberapa tahun terakhir. Sejalan dengan disosialisasinya Undang-Undang Otonomi Daerah, maka semua daerah pemerintahan berlomba-lomba untuk menggali potensi daerahnya dalam rangka mendukung pendapatan asli daerah (PAD). Salah satu potensi yang digali adalah industri kreatif yang mempunyai nilai potensi yang tinggi untuk dibina dan dikembangkan. Selain itu, dengan adanya industri kreatif ini juga dapat menampung banyak tenaga kerja sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat (Margahana & Triyanto, 2019).

Salah satu UMKM yang dapat diangkat di wilayah Cariu adalah UMKM Tegal Salam Feed. UMKM ini sudah memiliki sepuluh orang karyawan untuk memproduksi produk miliknya. Tiap karyawan mampu membuat sepuluh produk tiap harinya. Selama ini, promosi yang dilakukan untuk memasarkan produknya sangat lemah. Dan mungkin boleh dikatakan tidak melakukan promosi sama sekali. karena barang langsung dipasarkan setelah dari hasil produksi. Proses produksi yang dilakukan oleh UMKM Tegal Salam Feed ini dilakukan berdasarkan trend produk saat ini dengan berbagai model (Farozdaq & Herdiana, 2022).

Tegal Salam Feed merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang ternak hewan. Karyawan yang ada di Tegal Salam merupakan masyarakat setempat yang dipekerjakan dengan keahlian produksi produk dan saat ini manajemen terkait memberikan pelatihan untuk menambah keterampilan karyawan yang dapat meningkatkan kinerja serta pendapatan perusahaan. Namun dengan situasi pandemi saat ini, aktiviproduk karyawan masih terbaproduk. Hal ini tentu berpengaruh pada kinerja perusahaan yang masih mengandalkan penjualan dengan cara tradisional (Sudaryono et al., 2020).

Sistem perdagangan berbasis *e-commerce* juga dapat memutus rantai distribusi pemasaran. Sehingga penjual dan pembeli memperoleh keuntungan yang lebih layak (Oganda et al., 2021). Berdasarkan survei awal dan diskusi dengan manajemen Tegal Salam, permasalahan yang terjadi yaitu kurangnya pemahaman karyawan dalam memanfaatkan teknologi informasi khususnya pada bidang bisnis dalam rangka membantu memasarkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Pada kegiatan masyarakat ini, kami bermaksud memberikan pelatihan pembuatan akun dan toko daring di pasar digital yang sudah banyak dikenal di masyarakat Indonesia yaitu Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada. Pelatihan dengan pendampingan dalam memahami pemanfaatan pasar digital ini diharapkan meningkatkan kemampuan dalam memasarkan produk UMKM di Tegal Salam Feed, Cariu Bogor.

METODE

Metode dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu dengan sosialisasi pemanfaatan *E-commerce* dapat dilakukan melalui beberapa metode yang efektif untuk menyampaikan informasi dan pengetahuan kepada para peserta. Berikut adalah beberapa metode yang dapat digunakan dalam sosialisasi pemanfaatan *E-commerce*:

1. **Sosialisasi Langsung:** Melakukan sosialisasi secara tatap muka dengan para peserta adalah metode yang paling langsung dan interaktif (Al Farisi et al., 2022). Ini dapat dilakukan dalam bentuk seminar, lokakarya, atau pelatihan di mana narasumber memberikan penjelasan tentang E-commerce, manfaatnya bagi UMKM, dan langkah-langkah untuk memulai berjualan online (Al Farisi et al., 2023).
2. **Materi Promosi:** Menyiapkan materi promosi yang informatif dan menarik tentang pemanfaatan E-commerce. Materi ini dapat berupa brosur, pamflet, atau leaflet yang dibagikan kepada peserta sosialisasi dan juga dapat ditempel di tempat-tempat strategis seperti kantor pemerintahan, pasar, atau pusat-pusat komuniproduk.
3. **Pembuatan Video Edukasi:** Membuat video pendek yang menjelaskan tentang pemanfaatan E-commerce dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Video ini dapat diunggah ke platform media sosial atau diunduh untuk ditayangkan dalam sesi sosialisasi.
4. **Penggunaan Media Sosial:** Memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, atau YouTube untuk menyebarkan informasi tentang pemanfaatan E-commerce. Konten dapat berupa tips, panduan, atau studi kasus UMKM yang sukses berjualan melalui E-commerce.
5. **Pelatihan Online:** Mengadakan sesi pelatihan atau webinar secara online untuk mencapai peserta dari wilayah yang lebih luas. Dengan menggunakan platform video konferensi, sosialisasi dapat diadakan dengan mengundang peserta dari berbagai lokasi.
6. **Kolaborasi dengan Pihak Terkait:** Melibatkan pihak terkait seperti pemerintah daerah, asosiasi UMKM, atau perusahaan E-commerce dalam sosialisasi dapat memberikan dukungan dan legitimasi pada kegiatan tersebut.
7. **Contoh Kasus Sukses:** Menyajikan contoh kasus sukses dari UMKM yang telah berhasil meningkatkan penjualan mereka melalui pemanfaatan E-commerce. Hal ini dapat menjadi inspirasi bagi peserta untuk mengadopsi solusi digital untuk bisnis mereka sendiri.
8. **Diskusi Kelompok:** Mengadakan sesi diskusi kelompok di mana peserta dapat bertukar pikiran, bertanya, dan berbagi pengalaman terkait pemanfaatan E-commerce. Diskusi semacam ini dapat memperkuat pemahaman dan motivasi para peserta.

Selain memilih metode yang sesuai, penting juga untuk memastikan bahwa sosialisasi ini dirancang agar sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta. Dengan berbagai metode yang kreatif dan efektif, diharapkan sosialisasi pemanfaatan E-commerce ini dapat meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital UMKM dalam menghadapi tantangan era digital (Nafi'Hasbi et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat dari Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Bisnis Islam Syariah (STEBIS) Bina Mandiri Cileungsi. Pengabdian kepada

masyarakat ini dilaksanakan pada hari Sabtu 6 Juli 2023 di UMKM Tegal Salam Feed Cariu. Acara dimulai pada pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 15.00 WIB. Berikut adalah susunan acara sosialisasi pemanfaatan E-Commerce bagi UMKM Tegal Salam Feed Cariu:

Waktu	Materi	Pemateri
09.00 – 09.30	Registrasi Acara	Panitia
09.30 – 10.00	Sambutan Ketua UMKM Sambutan Tim PkM	Bapak Sugiri Novingky Ferdinand, M.Si.
11.00 – 12.00	Pemaparan Materi I	Ermi Herawati, M.M.
12.00 – 13.00	Istirahat, Sholat Zuhur, Makan (ISHOMA)	Panitia
13.00 – 14.45	Pemaparan Materi II	M. Salman Al Farisi, M.E.
14.45 – 15.00	Doa Penutupan Foto Bersama	Panitia

Hasil dan pembahasan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan sosialisasi pemanfaatan E-commerce dapat sangat positif dan memberikan manfaat yang signifikan bagi peserta sosialisasi, terutama UMKM dan masyarakat sekitar. Berikut adalah beberapa hasil yang dapat dicapai dan pembahasan terkait pelaksanaan kegiatan tersebut:

1. Peningkatan Pemahaman tentang E-commerce: Peserta sosialisasi, terutama UMKM, akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konsep dan manfaat pemanfaatan E-commerce. Mereka akan menjadi lebih sadar akan peluang yang ditawarkan oleh platform digital ini untuk memperluas bisnis mereka dan mencapai pasar yang lebih luas.
2. Pengenalan Terhadap Teknologi: Bagi peserta yang awam atau memiliki keterbaprodukan dalam penggunaan teknologi, sosialisasi E-commerce akan menjadi kesempatan untuk mengenal dan memahami alat dan platform digital yang dapat membantu mereka dalam mengelola bisnis mereka secara lebih efisien.
3. Peningkatan Keterampilan Digital: Dengan menghadiri sosialisasi, UMKM akan memiliki kesempatan untuk meningkatkan keterampilan digital mereka, seperti pemasaran online, manajemen media sosial, analitik web, dan penanganan transaksi online (S. E. H. Inayatulloh et al., n.d.).
4. Stimulasi Pertumbuhan Bisnis: Dengan pemanfaatan E-commerce, UMKM dapat mencapai basis pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka secara signifikan. Ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan dan perkembangan bisnis mereka.
5. Peluang Kolaborasi: Sosialisasi dapat memfasiliproduki kolaborasi antara UMKM, baik dengan sesama UMKM maupun dengan pihak-pihak lain seperti perusahaan E-commerce atau lembaga pendukung bisnis. Kolaborasi semacam ini dapat membuka pintu untuk dukungan dan peluang baru.

6. Efisiensi Operasional: Dengan menggunakan teknologi E-commerce, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka. Proses pemesanan, pembayaran, dan pengiriman dapat diotomatisasi, mengurangi biaya dan waktu yang dibutuhkan.
7. Diversifikasi Pasar: E-commerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar regional, nasional, atau bahkan internasional. Hal ini dapat membantu mereka untuk mengurangi ketergantungan pada pasar lokal.
8. Pengurangan Biaya Pemasaran: E-commerce sering kali menawarkan opsi pemasaran yang lebih terjangkau dibandingkan dengan metode tradisional. Peserta sosialisasi dapat belajar cara menggunakan alat-alat pemasaran digital dengan efektif untuk memaksimalkan hasil dengan biaya yang terjangkau (I. Inayatulloh et al., 2022).

Pembahasan dan evaluasi setelah pelaksanaan sosialisasi juga penting untuk mengukur dampaknya dan memperbaiki proses sosialisasi di masa depan. Feedback dari peserta dapat membantu mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan, serta memastikan bahwa peserta telah memahami materi dengan baik dan dapat menerapkannya dalam bisnis mereka. Kesimpulannya, sosialisasi pemanfaatan E-commerce dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat memiliki potensi besar untuk memberikan manfaat nyata bagi UMKM dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang E-commerce dan keterampilan digital yang meningkat, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan bertumbuh di era digital yang terus berkembang.



Gambar 1. Penyampaian Materi Sosialisasi



Gambar 2. Materi Sosialisasi



Gambar 3. Peserta Sosialisasi

Dalam kegiatan pelatihan tersebut para peserta sangat antusias dan aktif terhadap materi yang diberikan oleh tim pengabdian sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan mereka terkait dengan pemanfaatan *E-Commerce* dalam meningkatkan penjualan produk UMKM. Hasil ini juga sejalan dengan beberapa pengabdian terdahulu yang mengonfirmasi bahwa pentingnya pemanfaatan digital dalam memasarkan produk UMKM (Al Farisi et al., 2021).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yaitu, sosialisasi pemanfaatan *E-Commerce* bagi UMKM Tegal Salam Feed bahwa adopsi dan penggunaan platform e-commerce dapat memberikan banyak manfaat dan peluang bagi UMKM dalam era digital. Dalam sosialisasi ini, UMKM akan mendapatkan pemahaman tentang pentingnya berjualan secara online dan mengenali potensi positif yang dapat dihasilkan dari pemanfaatan e-commerce untuk produk mereka. Dengan menggunakan e-commerce, UMKM dapat menjangkau konsumen tidak hanya di wilayah lokal, tetapi juga nasional atau bahkan internasional. Ini membuka peluang untuk meningkatkan penjualan dan mencapai basis

pelanggan yang lebih luas. Berjualan melalui platform e-commerce memungkinkan UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk mereka secara online. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, mereka dapat membangun kehadiran online yang kuat dan meningkatkan kesadaran tentang produk mereka di kalangan konsumen. Oleh karena itu, dalam sosialisasi tersebut, penting bagi UMKM untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana mengelola dan memanfaatkan e-commerce dengan baik, serta mengidentifikasi dan mengaproduki potensi kendala yang mungkin timbul.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Bisnis Islam Syariah (STEBIS) Bina Mandiri Cileungsi mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Sekolah Tinggi Ekonomi Bisnis Islam Syariah (STEBIS) Bina Mandiri Cileungsi yang telah memberikan dukungan materi dan non-materi sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan baik. Kami juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada UMKM Tegal Salam Feed Cariu Bogor yang telah menyambut kami dan banyak memberikan dukungan kepada tim kami sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan baik.

REFERENSI

- Al Farisi, M. S., Ajriyansyah, A., Purwanto, A., & others. (2021). Pelatihan Pemasaran Syariah Berbasis Digital bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Mekarsari Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–5.
- Al Farisi, M. S., Nafi'Hasbi, M. Z., Cahyani, Y. T., & Kusbiantoro, S. (2021). Strategi Pemasaran Produk Usaha Pesantren untuk Meningkatkan Perekonomian Santri (Study Kasus PP. Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto).
- Al Farisi, M. S., Riyanto, S., Herawati, E., Usman, U., & Syaeful, W. (2023). Meningkatkan Literasi Ekonomi Syariah Melalui Kegiatan Festival Ramadan di Kampus STEBIS Bina Mandiri Bogor. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(3), 111–117.
- Farozdaq, T. A., & Herdiana, W. (2022). PEMBERDAYAAN UMKM TAS KULIT YANG TERDAMPAK PANDEMI DENGAN PERANCANGAN DESAIN YANG TIMELESS GUNA MEMPERLUAS SKALA PASAR. *MODA*, 4(2).
- Inayatulloh, I., Hasan, M. R., & others. (2022). *Blockchain Technology to Improve Transparency Halal Food Global Supply Chain*.
- Inayatulloh, S. E. H., Hartono, I. K., Fachrul, A. F., Al Farisi, M. S., Sriwardiningsih, E., & Fachri, R. M. F. (n.d.). *Blockchain Technology for Customer Protection in E-Commerce Transaction*.
- Margahana, H., & Triyanto, E. (2019). Membangun tradisi entrepreneurship pada masyarakat. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
- Nafi'Hasbi, M. Z., Al Farisi, M. S., Cahyani, Y. T., & Kusbiantoro, S. (2021). Strategi Pemasaran Usaha Pp. Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto Perspektif Ilmu Ekonomi Syariah. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 4(2), 19–25.
- Oganda, F. P., Hardini, M., Ramadhan, T., & others. (2021). Pengaruh Penggunaan kontrak cerdas pada Cyberpreneurship Sebagai Media Pemasaran dalam Dunia Bisnis. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 2(1 Juni), 55–64.
- Sudaryono, S., Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 110–124.