

## PEMASARAN PRODUK UMKM SERTA PEMBUATAN AKUN E-COMMERCE DI DESA CANGGU KAB KEDIRI

Hasan Mushofa<sup>1</sup>, Wahyu Astaluma Efiani<sup>2</sup>, Fayakun Anhar Prayogo<sup>3</sup>, Mashlih Nilnar Rohmah<sup>4</sup>, Isma Nurrokhim<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Institut Agama Islam Badrus Sholeh Kediri (Jawa Timur)

<sup>2</sup>Institut Agama Islam Badrus Sholeh Kediri (Jawa Timur)

<sup>3</sup>Institut Agama Islam Badrus Sholeh Kediri (Jawa Timur)

<sup>4</sup>Institut Agama Islam Badrus Sholeh Kediri (Jawa Timur)

<sup>5</sup>Institut Agama Islam Badrus Sholeh Kediri (Jawa Timur)

<sup>1</sup>mushofahasan750@gmail.com, <sup>2</sup>wahyuastaluma13@gmail.com,

<sup>3</sup>fayakuninginberubah@gmail.com, <sup>4</sup>nilnutt192@gmail.com

<sup>5</sup>iismanurrokhim@gmail.com

### Abstrak

**Kata Kunci:**  
*Pemasaran,  
produk UMKM,  
E-commerce.*

Artikel ini menjelaskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam membantu pemasaran produk dengan pembuatan akun E-commerce pada UMKM di desa Canggung Kabupaten Kediri. Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mendeskripsikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dalam membantu pembuatan akun E-commerce pada UMKM yang ada di desa canggung Kabupaten Kediri. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah PAR (Participatory Action Research) yang berisi kegiatan berupa pemahaman kondisi nyata, pemahaman masalah, perencanaan, tindakan dan evaluasi. Hasil yang diperoleh adalah masyarakat yang mempunyai UMKM roti kembang goyang telah dibuatkan akun E-commerce Tiktok Shop untuk pemasaran produknya secara On line dan pemerintah setempat mengapresiasi dan berpendapat bahwa hasil kegiatan kemahasiswaan sangat berperan penting dalam membantu mengembangkan pemasaran produk UMKM yang ada di desa Canggung Kabupaten Kediri. Kesimpulan dari kegiatan tersebut adalah mengembangkan pemasaran produk UMKM roti kembang goyang di desa Canggung Kabupaten Kediri melalui E-commerce Tiktok Shop.

## A. Pendahuluan

Kegiatan perdagangan atau jual beli merupakan jenis kegiatan yang sering dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari, yang dilakukan dengan dasar suka sama suka (Apipudin, 2018). Bentuk jual beli sering disebut juga sebagai kegiatan perniagaan. Kegiatan tersebut berkembang sesuai dengan perkembangan masyarakat dan perkembangan sosial. Dalam masyarakat primitif bentuk jual beli yaitu tukar menukar barang yang tidak sejenis. Namun sistem tersebut perlahan ditinggalkan setelah mereka mengenal uang sebagai alat untuk tukar menukar.

Hingga saat ini, perkembangan teknologi telah memacu perubahan individu, salah satunya dalam hal kebiasaan melakukan transaksi jual beli. Apabila dahulu transaksi jual beli harus dilakukan secara konvensional atau tatap muka, saat ini telah beralih kepada era dimana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka, melainkan sudah melalui media *online*. Transaksi jual beli *online* atau yang sering dikenal dengan istilah *e-commerce*, saat ini sangat berkembang pesat dikalangan masyarakat, sebagai dampak semakin berkembangnya teknologi yang makin maju dan canggih serta semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia (Khotimah & Chairunnisa, t.t.). Saat ini banyak pemilik usaha dan konsumen yang melakukan transaksi jual beli melalui media online, karena hal itu dirasa praktis dan efisien dalam hal waktu dan tempat, faktor lain yang mendorong pelaku usaha untuk melakukan jual beli berbasis online ini yaitu karena pemilik usaha bisa menekan biaya pemasaran, distribusi, dan lain-lain. Sehingga pemilik usaha hanya memerlukan modal yang relative sedikit dalam menjalankan bisnisnya. Media yang sering digunakan dalam melakukan kegiatan *e-commerce* diantaranya situs jual beli dan sosial media. Salah satunya yang paling banyak digunakan yakni shopee dan tiktok shop (Putri, 2021).

Transaksi *e-commerce* memang mudah dan praktis tanpa adanya tatap muka antara penjual dan pembeli, namun yang menjadi kendala yakni ketika transaksi *e-commerce* diterapkan di masyarakat desa yang latar belakangnya dinilai masih kurang melek teknologi. Masyarakat pasti akan merasa bahwa transaksi *e-commerce* ini hanya akan mempersulit pekerjaannya karena dianggap ribet dalam tata cara penggunaannya. Takut akan resiko tinggi juga menjadi kendala bagi mereka yang belum memahami tata cara transaksi *e-commerce*. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan dalam bidang UMKM ini mampu membantu mengembangkan pemasaran produk milik usaha kecil, dengan memberikan pelatihan kepada pengusaha kecil di masyarakat desa

terutama, agar melek teknologi dan tidak kalah dengan pengusaha yang lain.

## B. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dijelaskan dalam UU No. 20 pasal 20 tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional. Pasal tersebut menjelaskan bahwa Pengabdian masyarakat merupakan aktifitas yang dilakukan oleh sivitas akademika dalam mengamalkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dalam rangka memajukan kecerdasan kehidupan bangsa dan kesejahteraan umum.

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini, peneliti melakukan kegiatan tersebut menggunakan metode pendampingan, Metode pendampingan merupakan cara dalam mengajak masyarakat untuk melakukan suatu hal. Strategi pendampingan yang dilakukan oleh peneliti dalam pengabdian ini adalah Partisipatory Action Research (PAR), strategi tersebut melibatkan masyarakat di Desa Cunggu dalam melakukan kajian suatu kegiatan yang sedang berlangsung supaya terjadi perubahan menuju arah yang lebih baik dengan landasan dari rakyat (Gadzali dkk., 2023).

Pretty dan Guijt yang dikutip oleh Britha Mikkelsen, memaparkan bahwa implikasi praktis dari strategi pendekatan ini antara lain : pendekatan Partisipatory Action Research (PAR) harus dimulai dari orang – orang yang paling mengetahui tentang system kehidupan mereka sendiri, pendekatan ini harus menilai dan mengembangkan pengetahuan serta keterampilan mereka , dan memberikan sarana yang dibutuhkan bagi mereka supaya dapat mengembangkan diri, Hal ini memerlukan perombakan dalam seluruh praktik dan pemikiran juga, disamping bantuan pada pembangunan

Pretty dan Guijt yang dikutip oleh Britha Mikkelsen, menjelaskan implikasi praktis dari pendekatan ini adalah sebagai berikut: pendekatan pembangunan partisipatoris harus dimulai dengan orang-orang yang paling mengetahui tentang sistem kehidupan mereka sendiri. Pendekatan ini harus menilai dan mengembangkan pengetahuan dan keterampilan mereka, dan memberikan sarana yang perlu bagi mereka supaya dapat mengembangkan diri. Ini memerlukan perombakan dalam seluruh praktik dan pemikiran, disamping bantuan Pembangunan (Mikkelsen, 2011).

Pendekatan ini bertujuan untuk pembelajaran dalam mengatasi masalah dan pemenuhan kebutuhan praktis masyarakat, serta produksi ilmu pengetahuan dan proses perubahan sosial keagamaan. Dalam Partisipatory Action Research (PAR), pemberdayaan adalah cara

(pendekatan) dan bukan solusi dari setiap persoalan yang terjadi pada masyarakat (Denzin & Lincoln, 2010). Didalam teori Partisipatory Action Research (PAR) terdapat tahapan yang menjadi tolak ukur akan keberhasilan proses penelitian berbasis pemberdayaan masyarakat. Adapun tahapan ini dikenal dengan istilah KUPAR yakni singkatan dari to Know, to Undertand, to Plan, to Action, to Reflection.

Tahap to Know (mengetahui kondisi nyata) merupakan proses awal dari pemberdayaan dengan mempertimbangkan pandangan subjektif peneliti terhadap kehidupan masyarakat yang diteliti, seperti mengidentifikasi SDM/SDA.

Tahap to Understand (memahami problem komunitas) dimaknai sebagai suatu proses dimana peneliti dan masyarakat yang diberdayakan mampu mengidentifikasi permasalahan - permasalahan yang ada dalam kehidupan mereka, kemudian dikolerasikan dengan asetaset yang dimiliki masyarakat, sehingga dapat mewujudkan komitmen masyarakat dalam menyelesaikan isu-isu strategis yang ada dalam kehidupan mereka.

Tahap to Plan (untuk merencanakan) pada tahap ini merupakan proses merencanakan kegiatan dalam menyelesaikan persoalan yang muncul dalam masyarakat. Perencanaan ini perlu mempertimbangkan keseimbangan anantara human resources dan natural resources serta alur stakeholder yang menghimpun masyarakat tersebut. Tahap perencanaan ini harus dimaksimalkan dengan kesertaan penuh masyarakat atas penyelesaian masalahnya sendiri. Sehingga pemberdayaan tidak hanya diartikan sebagai perubahan sosial saja, namun juga media pendidikan masyarakat.

Tahap to Action (melancarkan aksi) merupakan implementasi produk pemikiran masyarakat untuk membangun, mengelola, merubah, menajamkan aset-aset yang dimiliki masyarakat sehingga dapat difungsikan secara optimal dan proposional.

Tahap to Reflection (refleksi) merupakan tahapan dimana peneliti dan masyarakat mengevaluasi dan memonitoring aksi pemberdayaan yang telah dilakukan sehingga pemberdayaan menjadi terarah dan terukur.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Tahap to Know ( mengetahui kondisi nyata )**

Pada tahap ini, merupakan proses awal dalam pemberdayaan dengan mempertimbangkan pandangan subyektif peneliti terhadap kehidupan masyarakat yang diteliti, seperti mengidentifikasi SDA dan SDM, serta membangun kesepakatan sehingga peneliti diterima oleh masyarakat

tersebut (Rahmat & Mirnawati, 2020). Selain itu pada tahap ini merupakan proses membaur dengan masyarakat untuk membangun kepercayaan, membaur bukan hanya sekedar berkumpul dengan mereka, tetapi membaur untuk menyepakati proses bersama.

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi nyata di masyarakat desa canggu kabupaten Kediri, hal ini dilakukan dengan cara konsolidasi dengan perangkat desa, pihak RT dan pelaku UMKM yang ada di desa canggu kabupaten Kediri.

Dari observasi desa Canggu terdapat beberapa UMKM antara lain produksi alat tembak, bumbu cepat saji, roti kembang goyang dan produksi rempeyek. Temuan masalah utama kami pada UMKM yang ada di desa canggu adalah sebagian besar UMKM belum memasarkan produknya di market place atau online shop dikarenakan kurangnya pengetahuan dan dirasa terlalu sulit dalam hal pengaplikasiannya.



**Gambar 1.** Konsolidasi dengan salah satu perangkat desa Canggu

## **2. Tahap to Understand ( memahami problem komunitas )**

Pada tahap ini dapat dimaknai sebagai suatu proses dimana peneliti dan masyarakat yang diberdayakan mampu mengidentifikasi permasalahan yang ada dalam kehidupan mereka, kemudian dikolerasikan dengan aset-aset yang dimiliki masyarakat, sehingga dapat mewujudkan komitmen masyarakat dalam menyelesaikan isu-isu strategis yang ada dalam kehidupan mereka (Rahmat & Mirnawati, 2020). Dalam kegiatan ini dimulai dengan survey UMKM yang ada di sekitar Desa Canggu. Dalam proses survey, kami memilah UMKM yang bersedia bekerjasama memajukan produk UMKM tersebut dengan pembuatan akun e-commerce.

Setelah memilah dan menawarkan kepada UMKM setempat, pada akhirnya kami lebih berfokus pada UMKM roti kembang goyang yang banyak diminati masyarakat setempat maupun sampai luar kota, akan tetapi belum melakukan pemasaran produknya melalui online shop.

Kondisi UMKM roti kembang goyang saat itu, pemasarannya hanya berfokus pada pemasaran manual yakni penjualan di pasar. Kemudian kami melakukan pendekatan kepada pemilik UMKM roti kembang goyang dengan memaparkan keunggulan dan keuntungan adanya akun e-commerce, bahwasannya usaha akan semakin berkembang dan di kenal dengan jangkauan luas oleh masyarakat jika dipasarkan melalui online.



**Gambar 2.** Survey UMKM Roti Kembang Goyang

### **3. Tahap to Plan (merencanakan pemecahan masalah komunitas )**

Planning merupakan pemecahan terhadap masalah yang terjadi dan hal ini dilakukan bersama masyarakat maka akan muncul pohon harapan yang berisi harapan-harapan masyarakat untuk memecahkan masalah yang sedang terjadi. Pendampingan pemasaran produk UMKM melalui e-commerce yang berfokus pada akun Tiktok Shop. Pada tahap ini pemilihan akun tiktok shop dikarenakan lebih efektif dan mudah untuk pengoperasiannya bagi pemilik UMKM.



**Gambar 3.** Pemilihan tiktok shop dan pendampingan pengoperasian tiktok dengan pemilik UMKM Roti Kembang Goyang

#### **4. Tahap to Action (melancarkan Aksi)**

Kegiatan Aksi merupakan pelaksanaan yang dilakukan oleh penulis, Aksi dalam program ini adalah bagaimana penulis melakukan pendampingan pemasaran dan pembuatan akun Tiktok Shop pada UMKM Roti Kembang Goyang “Santoso”. Setelah adanya kesepakatan antara peneliti dan pemilik UMKM roti kembang goyang, peneliti memulai untuk membuat akun e-commerce yang berfokus pada akun tiktok shop. Disamping itu, peneliti juga melakukan perubahan pada pengemasan roti kembang goyang agar lebih menarik dan tidak mudah rusak. Selama pembuatan akun tiktok, peneliti melakukan pemotretan maupun pengambilan video saat proses pembuatan roti kembang goyang. Dilanjutkan dengan pembuatan konten video perdana terkait tester kerenyahan dan konten-konten yang lain produk roti Kembang Goyang, yang nantinya akan diposting di tiktok shop.

Peneliti juga mendampingi pemilik roti kembang goyang dalam hal pengoperasian tiktok shop sampai tidak ada kendala baik dalam upload video, pemberitahuan untuk kebijakan akun tiktok, bagaimana cara live tiktok dan bagaimana berjualan di tiktok.





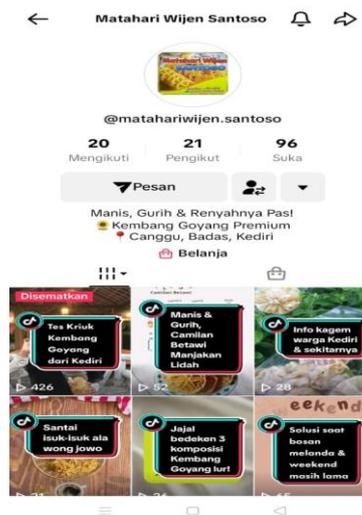
**Gambar 4.** Perubahan pengemasan Roti Kembang Goyang dari kemasan lama menjadi kemasan baru.

#### **5. Tahap to Reflection (Refleksi)**

Tahap to Reflection (refleksi) merupakan tahapan dimana peneliti dan masyarakat mengevaluasi dan memonitoring aksi pemberdayaan yang telah dilakukan sehingga pemberdayaan menjadi terarah dan terukur.

Pemasaran produk dan pembuatan akun tiktok shop berjalan dengan baik, pemilik UMKM roti kembang goyang sudah dibekali bagaimana cara pengoperasian dan cara berjualan di tiktok. Agar pemasran produknya semakin luas.

Pada tahap ini juga, tim pengabdian berupaya membangun kesadaran bahwa di era sekarang teknologi lebih canggih jadi harus bisa memanfaatkan dengan baik. Diharapkan program pendampingan ini dapat berkelanjutan serta aktif dalam pemasaran produknya melalui tiktok.



Gambar 5. Pembuatan Akun Tiktok

#### D. Simpulan

Di era yang sudah berkembang dengan teknologi canggih mampu merubah tatanan masyarakat menjadi lebih mudah dalam mengakses informasi dari manapun dan kapanpun, terutama di bidang perdagangan. Sudah banyak sekali media sosial yang digunakan pedagang untuk tempat menjual dagangannya. Hal tersebut memunculkan inisiatif kami untuk membantu mengembangkan produk milik pedagang kecil yang berupa UMKM kembang goyang, dengan membuat akun e-commerce tiktok shop. Peneliti juga memberikan pelatihan terkait cara menggunakan tiktok shop untuk menjual dagangannya. Sehingga produk UMKM kembang goyang dapat diakses dan dijangkau oleh banyak orang.

#### E. Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dalam kegiatan pengabdian ini terutama Pemilik UMKM Kembang Goyang “Santosa”, terima kasih pula kepada pimpinan Desa Canggu Kabupaten Kediri, dan *civitas academica* IAI Badrus Sholeh Kediri. Kami mengapresiasi kerja sama, bimbingan, motivasi, dan dukungan yang diberikan kepada kami selama proses pengabdian.

#### F. Referensi

Apipudin, A. (2018). KONSEP JUAL BELI DALAM ISLAM (Analisis Pemikiran Abdu al-Rahman al-Jaziri dalam Kitab al-Fiqh ‘Ala alMadahib al-Arba’ah). *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 5(2). <https://doi.org/10.47903/ji.v5i2.33>

- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2010). *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/9769/handbook-of-qualitative-research.html>
- Gadzali, S. S., Oktaviani, I. Z., Janah, S. N., & Rahayu, I. (2023). *PENATAAN AREA PARIWISATA SUMUR BANDUNG DI DESA CIJENGKOL MENGGUNAKAN METODE PARTICIPATORY ACTION RESEARCH*. 4.
- Khotimah, C. A., & Chairunnisa, J. C. (t.t.). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI-ONLINE (E-COMMERCE). *BUSINESS LAW REVIEW*.
- Mikkelsen, B. (2011). *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya Pemberdayaan: Panduan Bagi Praktisi Lapangan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Putri, A. A. (2021). Pelaksanaan Transaksi Jual Beli Online di Situs Heavenlight.co. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Hukum*, 0, Article 0.  
<https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuh/article/view/7930>
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.37905/aksara.6.1.62-71.2020>