

## Pengelolaan Manajemen Pemasaran (E-Commerce) UMKM RW15 Kampung Sejahtera Mandiri Teras Pancasila Tangerang

Vivin Hanitha<sup>1)</sup>, Marselia Purnama<sup>2)</sup>, Octavianti Purnama<sup>3)</sup>, Gregorius Widiyanto<sup>4)</sup>, Tri Angreni<sup>5)</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email : [vivin.hanitha@ubd.ac.id](mailto:vivin.hanitha@ubd.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email : [marselia.purnama@ubd.ac.id](mailto:marselia.purnama@ubd.ac.id)

<sup>3</sup>Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email : [octavianti.purnama@ubd.ac.id](mailto:octavianti.purnama@ubd.ac.id)

<sup>4</sup>Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email : [widilany11@yahoo.com](mailto:widilany11@yahoo.com)

<sup>5</sup>Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email : [threeang@gmail.com](mailto:threeang@gmail.com)

### Abstract

*With the development of information technology nowadays, it has not been optimized to penetrate the business through expanding marketing through E-Commerce*

*The potential for developing and fostering an entrepreneurial spirit to the younger generation in RW 15, Kampung Sejahtera Mandiri Teras Pancasila, Tangerang City is very large. One of the reasons for its strategic location as the entrance route to the west of Jakarta. However, product marketing activities have not been optimally implemented. The purpose of this training is to improve MSME Management Management, which is expected to increase its business in marketing products and using E-Commerce optimally.*

*In this training, the on the spot method to the business field is used, the method of observation and interviews, the method of discussion and question and answer, as well as the provision of materials and practices for improving business planning management Marketing management management (E-Commerce). Several participants were also asked to explain the results of their business plans. The hope is that the results of the evaluation of 25 training participants generally show an increase in knowledge and understanding after being given Marketing and E-commerce materials to improve the management of MSME management in RW15 Kampung Teras Pancasila Tangerang.*

**Keywords : Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Marketing Management, E-commerce, Community Economic Income.**

### 1. PENDAHULUAN

Perumahan di RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila binaan Dinas Koperasi & UMKM Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang, Provinsi Banten, sebagai hunian yang strategis berada di sisi Timur Kota Tangerang sebagai jalur pintu masuk arah barat Jakarta, memiliki beragam profesi penghuninya baik membuat dan memasarkan produk-produk UMKM yang saat ini beredar dipasaran Kota Tangerang, dan bahkan Jakarta. Banyak dikalangan ibu-ibu rumah tangga yang memanfaatkan waktu luangnya untuk melakukan kegiatan ini. (Ifham & Helmi, 2002) Namun demikian kegiatan yang dilakukan masih banyak yang belum menggunakan pengelolaan manajemen UMKM

secara baik misalnya administrasi, keuangan dan juga secara penggunaan teknologi informasi khususnya penggunaan konsep E-Marketing secara media digital online secara baik juga.



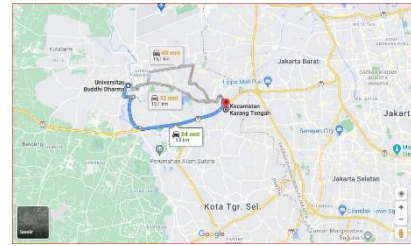
Gambar 1. Kegiatan UMKM RW15 Kampung Teras Pancasila

Dari kondisi tersebut maka dibuatkan sebuah pengabdian masyarakat dalam bentuk pemaparan Motivasi kewirausahaan dan pemasaran dengan memanfaatkan E-Commerce. Kegiatan pengabdian masyarakat melalui program penyuluhan merupakan bekerjasama antara Universitas Buddhi Dharma Tangerang dengan UMKM RW15 Kampung Teras Pancasila yang berlokasi di Kelurahan Karang Tengah, Kota Tangerang. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga. Dengan pemaparan Motivasi kewirausahaan dan pemasaran melalui E-Commerce diharapkan proses perdagangan dan pemasaran dapat lebih ditingkatkan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota keluarga (Yuni Astutik, 2020) dengan semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia - APJII, 2014).

Jumlah unit usaha hasil perdagangan, jasa, industri, pertanian dan kehutanan merupakan bagian dari unit-unit usaha yang ada di Kota Tangerang. Data para anggota UMKM yang ada di RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila binaan Dinas Koperasi & UMKM Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang, Provinsi Banten, adalah merupakan bagian pelaku UMKM yang baru anggota yang terdaftar di komunitas UMKM sebanyak 60 orang pelaku UMKM di RW. 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila. Direncanakan untuk mengikuti pelatihan dan Kewirausahaan dan perbaikan pengelolaan manajemen UMKM. Oleh sebab itu sangat penting bila pengelolaan manajemen UKM dari setiap unit usaha menjadi lebih profesional dan memiliki perbaikan pengelolaan manajemen yang baik (Hardilawati, 2020) sehingga dapat mendukung pendapatan Ekonomi Masyarakat Tangerang, khususnya di RW. 15 Karang Tengah, Kecamatan Karang Tengah, Kota Tangerang Propinsi Banten.



Gambar 2. Pelaku UMKM



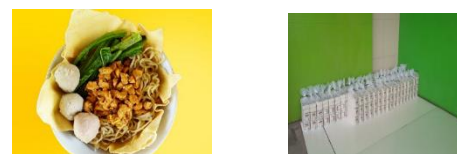
Gambar 3. Peta Lokasi Wilayah

Pada Gambar 3 Ditunjukkan bahwa lokasi pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini berjarak lebih kurang 15,8 kilometer dari Universitas Buddhi Dharma Tangerang.

Para pelaku pelaku UMKM tersebut terdiri atas para pedagang kuliner sampai dengan pelaku industry kreatif. Permasalahan pokok yang ditemui adalah banyak diantara pelaku UMKM yang masih belum memahami lebih banyak tentang konsep pemasaran dan E-Commerce (Mumtahana et al., 2017). Berikut contoh kegiatan dan usaha para UMKM.



Gambar 4. Kue & Snack, Milk Cream Donuts, ÉCLAIR Dessert Box, & Tropical Mango



Gambar 5. Unit Usaha Bisnis Mie Pangsit Pemilik Bapak Buang

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan Pengabdian pada masyarakat oleh para Dosen Universitas Buddhi Dharma bekerjasama dengan komunitas UMKM RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila beserta pelaku UMKM Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila binaan Dinas Koperasi & UMKM Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang, Provinsi Banten. Setelah proses observasi lapangan dan identifikasi permasalahan dilakukan, maka akan dilakukan perancangan solusi.

(Tambunan, 2012)Selanjutnya solusi yang menjadi yang telah direncanakan akan ditawarkan kepada mitra.(Setiawan, 2018) Metode yang akan digunakan dalam program ini ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan dalam bentuk penyuluhan yakni adanya pemaparan yang bersifat teoritis(Zhu, 2019) yang dilakukan di RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri dengan tema yang dipilih adalah "Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Perbaikan Pengelolaan Manajemen Pemasaran (E-Commerce) UMKM RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila, Binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Provinsi Banten ". Materi yang akan disampaikan pada kegiatan pelatihan ini(Yenti Sumarni, 2020) meliputi :

1. Pengenalan Konsep Pemasaran (Marketing)
2. Pengenalan Konsep E-Commerce\

### Pelaksanaan

Pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat ini dilakukan pada tanggal 27 Maret 2021 dengan Lokasi di Jalan Cempaka No. 40 RT. 02 Kelurahan RW. 15 Kecamatan Karang Tengah. Tim pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Buddhi Dharma terdiri dari :

Penanggung Jawab	: Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si
Ketua LP3M	: Sabam Simbolon, S.E., M.M.
Ketua Pelaksana	: Vivin Hanitha, S.E., M.M.
Tutor	: 1. Marselia Purnama, S.E., M.M. 2. Octavianti Purnama, S.E., M.M. 3. Gregorius Widiyanto, S.E., M.M. 4. Tri Anggreni, S.E., M.M.
Pendamping Tutor	: 1. Donna Ria Simanjuntak (Mahasiswa) 2. Theofilus Benaya Chandra (Mahasiswa)

Tabel 1. Tim Pengabdian kepada Masyarakat

### PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

No.	Waktu	Materi	Petugas	Keterangan
1	08.00 – 08.30	Persiapan dan Registrasi Peserta	Tim Pelaksana UBD Mahasiswa 2 Org	Absensi - Thermometer - Handsanitizer
2	08.30 – 08.35	Pembukaan oleh MC	G.Widiyanto	MIC/Laptop
3	08.35 – 08.40	DOA	G.Widiyanto	MIC
4	08.40 – 08.45	Lagu Indonesia Raya	G.Widiyanto	MIC
5	08.45 – 08.50	Moderator	Tri Anggreni	MIC/Laptop
6	08.50 – 09.30	Sambutan Ketua Umkm Sambutan Dinas Umkm Sambutan Kelurahan Sambutan UBD	Ketua UMKM Dinas Tgr Lurah UBD	MIC Laptop Infocus/LCD
7	09.30 – 10.30	Pemaparan materi - Kewirausahaan - Manajemen Pemasaran -E-Commerce	Vivin H. Marselia P Octavianti P	Infocus/MIC Laptop
8	10.30 – 11.30	Tanya Jawab	G.Widiyanto	MIC
9	11.30 – 11.45	Penutup & Pemberian Souvenir	Tri Anggreni Marselia P.	MIC
10	11.45 – 12.00	Photo Bersama	Tri Anggreni	MIC

Tabel 2. Tabel Pelaksanaan

Total biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan kegiatan ini adalah Rp. 3.870.000, dengan komponen-komponen biaya sebagai berikut:

Keterangan	Biaya
Spanduk	Rp 370.000,00
Konsumsi Peserta dan Panitia	Rp 950.000,00
Kebersihan	Rp 650.000,00
Transportasi	Rp 950.000,00
Sewa tempat	Rp 450.000,00
Perlengkapan	Rp 500.000,00
Total	Rp 3.870.000,00

Tabel 3. Tabel Biaya Pengabdian Masyarakat

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, maka hasil yang didapat adalah :

- a. Adanya pembahasan mengenai konsep kewirausahaan dengan cara motivasi pelaku UMKM agar dapat memberikan manfaat lebih dan dalam rangka pemberdayaan ekonomi keluarga. Motivasi wirausaha ini diberikan di awal agar motivasi berwirausaha para pelaku UMKM bertambah semangat.(Yuni Astutik, 2020) Dengan adanya tambahan motivasi dari luar individu diharapkan dapat lebih mendorong mereka untuk lebih berani

mengambil langkah dan strategi baru secara nyata untuk lebih meningkatkan dalam berwirausaha (Trisila, 2020). Bagaimanapun juga Indonesia masih memerlukan penambahan jumlah wirausaha agar bisa menjadi negara maju (Trisila, 2020) sehingga banyak program pemerintah yang mendukung bagi munculnya wirausaha-wirausaha baru lainnya.

- b. Pemahaman Konsep Marketing dan E-Commerce yang sesuai dengan perkembangan zaman yakni dengan menggunakan media online sebagai alat guna memaksimalkan aktivitas dalam bidang pemasaran.
- c. Pelaku UMKM dapat menggunakan e-commerce untuk meningkatkan penjualan, tetapi harus memperhatikan syarat dan ketentuan yang berlaku pada setiap platform e-commerce yang ada. (Setiawan, 2018) Sehingga para pelaku UMKM tidak akan terjebak dengan janji-janji yang diberikan oleh sales E-Commerce yang pada akhirnya akan merugikan pelaku usaha UMKM. Hal ini dibuktikan dengan adanya pertanyaan Bapak Indra pengguna marketplace yang menanyakan tentang Bagaimana tentang handling fee yang dibebankan kepada seller, untuk siapa? Jawaban atas pertanyaan tersebut adalah : Jasa kepada pihak ke III menyangkut system dan Webnya. Disarankan sebelum bergabung perlu kuasai ttg kepastian jasa handling. Baca dengan jelas Syarat & ketentuan.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Perbaikan Pengelolaan Manajemen Pemasaran (E-Commerce) berlangsung dengan lancar dan antusias. Peserta merasakan manfaat dari pelatihan ini yang dilihat dari besarnya animo mereka untuk menanyakan mengenai materi yang disampaikan oleh tutor. Hasil dari kegiatan ini dapat disimpulkan berhasil dilaksanakan dan memiliki dampak bagi

peserta yang ditunjukkan dengan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Terdapat kesesuaian antara materi yang disampaikan oleh tutor kepada para peserta yang mayoritas adalah pelaku UMKM.
2. Respon peserta yang banyak menanyakan seputar pemasaran dengan media E-Commerce.
3. Sebagian besar dari peserta ingin menambahkan metode penjualannya dari pemasaran konvensional ditambahkan dengan media digital namun belum optimal dalam pelaksanaannya.

#### 5. SARAN

Berdasarkan tanggapan dan pertanyaan peserta pengabdian masyarakat dalam program Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Perbaikan Pengelolaan Manajemen Pemasaran (E-Commerce), maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Agar para pelaku UMKM dapat lebih kreatif untuk merubah diri mengikuti perkembangan selera dan teknologi yang terjadi sekarang ini. Dunia setiap hari berubah baik selera teknologi sumberdaya dan lain sebagainya sehingga pelaku UMKM diharapkan mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut agar mampu mempertahankan eksistensinya.
2. Selanjutnya peserta meminta program seperti ini untuk dapat berjalan lebih lanjut sehingga dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM lainnya.
3. Untuk para dosen-dosen lain yang ingin melakukan pengabdian masyarakat selanjutnya, dapat menambah pelatihan tentang bagaimana membuat kemasan produk yang menarik agar penjualan meningkat.
4. Untuk para dosen-dosen lain yang ingin melakukan pengabdian masyarakat selanjutnya, dapat juga melakukan pelatihan yang berkelanjutan tentang bagaimana membuat usaha dari proses legalitas saat memulai usaha sampai

pada pelaporan pajak atas usaha yang dilakukan

#### DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia - APJII. (2014). Profil Pengguna Internet Indonesia 2014. *Apjii*, 56. <https://www.apjii.or.id/survei2016>
- Hardilawati, W. Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Ifham, A., & Helmi, A. F. (2002). Hubungan Kecerdasan Emosi Dengan Kewirausahaan Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 000(2), 89–111. <https://doi.org/10.22146/JPSI.7018>
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika*, 3(1), 6. <https://doi.org/10.23917/khif.v3i1.3309>
- Setiawan, B. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(2), 106–110. <https://doi.org/10.36982/jam.v2i2.531>
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Isu-Isu Penting*. LP3ES.
- Trisila, M. (2020). *Nasib Umkm Pasca Covid-19*. Binus. <https://binus.ac.id/malang/2020/09/nasib-umkm-pasca-covid-19/>
- Yenti Sumarni. (2020). Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 46–58.
- Yuni Astutik, R. K. H. (2020). *Kisah Para UMKM yang Beradaptasi di Tengah Pandemi Covid-19*. <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20201015194441-25-194730/kisah-para-umkm-yang-beradaptasi-di-tengah-pandemi-covid-19/2>
- Zhu, G. (2019). Precision Retail Marketing Strategy Based on Digital Marketing Model. *Science Journal of Business and Management*, 7(1), 33. <https://doi.org/10.11648/j.sjbm.20190701.15>