

## SOSIALISASI MENGENAI PEMASARAN KUE BOLU DESA PENGLUMBARAN MELALUI E-COMMERCE

### *SOCIALIZATION REGARDING THE MARKETING OF SPONGE CAKE IN PENGLUMBARAN VILLAGE THROUGH E-COMMERCE*

Nathania Della Rossa<sup>1)\*</sup>, Ni Ketut Anjani<sup>2)</sup>

Fakultas Ilmu Hukum, Universitas Pendidikan Nasional

email: nthaniadr@gmail.com

#### ABSTRAK

E-commerce adalah sebuah lapak online yang menggambarkan proses pembelian dan penjualan melalui jaringan internet. Ditengah persaingan usaha yang semakin ketat, e-commerce adalah salah satu solusi untuk mengembangkan usaha, terutama UMKM. Adapun tujuan dari memberikan sosialisasi memanfaatkan ecommerce sebagai media pemasaran adalah agar UMKM kue bolu yang ada di Banjar Dinas Tiga Kawan Desa Penglumbaran dapat berkembang dan mengalami peningkatan dalam penjualan. Metode yang digunakan adalah metode diskusi dan tanya jawab antar narasumber dengan audience. Hasil program kerja menunjukkan bahwa : 1. Ecommerce yang banyak dipakai oleh penduduk Indonesia adalah Shopee Tokopedia, Gojek, dan Grab. 2. Cara memasarkan suatu produk melalui ecommerce adalah hanya dengan mengunggah foto produk yang dijual. 3. Hal menarik lainnya, e-commerce banyak memberikan penawaran diskon atau memberikan voucher gratis ongkir yang membuat orang lebih tertarik untuk berbelanja melalui online.

**Kata kunci:** *e-commerce, pemasaran*

#### ABSTRACT

*E-commerce is an online stall that describes the process of buying and selling through the internet network. In the midst of increasingly fierce business competition, e-commerce is one of the solutions for developing businesses, especially Small and Medium Enterprise (SME). The purpose of providing socialization using e-commerce as a marketing medium is so that the sponge cake Small and Medium Enterprise (SME) in Banjar Dinas Tiga Kawan Penglumbaran Village can develop and experience an increase in sales. The method used is the method of discussion and question and answer between sources and the audience. The results of the work program show that: 1. E-commerce that is widely used by Indonesians is Shopee Tokopedia, Gojek and Grab. 2. The way to market a product through e-commerce is to simply upload a photo of the product being sold. 3. Another interesting thing, e-commerce provides many discount offers or provides free shipping vouchers that make people more interested in shopping online.*

**Keywords:** *e-commerce, marketing*

#### PENDAHULUAN

Tri Dharma Perguruan Tinggi terdiri dari Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Ketiganya menjadi poin penting dalam mewujudkan visi dari perguruan tinggi. Bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan mahasiswa berupa Kuliah Kerja Nyata (KKN). KKN merupakan sebuah kegiatan pembelajaran lapangan dilakukan oleh mahasiswa, diharapkan dapat memberikan solusi tentang persoalan yang ada di dalam masyarakat, mengembangkan potensi-potensi dan mengetahui kelebihan maupun kekurangan

masyarakat setempat. Kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa, memberikan pembelajaran untuk mahasiswa dalam berinteraksi dengan masyarakat.

Pada kesempatan ini, pihak LP2M Universitas Pendidikan Nasional menempatkan Penulis untuk mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Penglumbaran yang berada di Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali, Indonesia. Penulis melihat adanya potensi UMKM kue bolu di Desa Penglumbaran, khususnya di Banjar Dinas Tiga Kawan yang

harus dikembangkan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini.

Dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang seiring dengan berkembangnya zaman, begitu pula dengan persaingan bisnis yang memanfaatkan *e-commerce* sebagai media penjualan dan pemasaran secara online.

*E-commerce* merupakan sebuah media online yang digunakan untuk aktivitas yang berkaitan dengan penjualan, pembelian, dan pemasaran barang atau jasa. Ecommerce melibatkan kegiatan teknologi internet lainnya seperti transaksi dana elektronik atau yang biasa disebut dengan *m-banking*. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan internet, masyarakat akan semakin senang melakukan pembelian melalui *e-commerce*, yang artinya meningkatkan kegiatan jual beli secara online. Memperhatikan hal-hal tersebut, Penulis membuat sebuah program kerja yaitu Sosialisasi mengenai Pemasaran Kue Bolu Desa Penglumbaran melalui *E-commerce*.

#### **METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Rangkaian kegiatan ini dilakukan pada tanggal 9 Februari 2023, pukul 09.00 – 12.00. Dalam sosialisasi ini menghadirkan narasumber yang bernama Gede Crisna Wijaya, S.E., M.Si. dan diikuti oleh 17 orang audience yang terdiri dari ibuibu pengusaha kue bolu di Banjar Dinas Tiga Kawan Desa Penglumbaran. Lokasi tempat pelaksanaan sosialisasi pemasaran kue bolu ini bertempat di Banjar Dinas Tiga Kawan Desa Penglumbaran.

Program kerja yang penulis jalankan adalah sosialisasi tentang pemasaran kue bolu dengan tema KKN Bersinergi Membangun Masyarakat Desa Penglumbaran melalui Pengembangan SDM di Balai Banjar Dinas Tiga Kawan Desa Penglumbaran. Dari tema tersebut, kelompok kami berharap agar masyarakat di Desa Penglumbaran dapat mengembangkan potensi-potensi yang ada di Desa Penglumbaran. Dalam program kerja sosialisasi ini, metode yang digunakan adalah diskusi dan interaksi dengan tanya jawab antara narasumber dengan peserta sosialisasi. Dengan adanya program kerja tersebut, diharapkan masyarakat Desa Penglumbaran dapat mengenal *e-commerce* dan

memasarkan produk kue bolu mereka melalui *e-commerce*.

Beberapa contoh *e-commerce* yang banyak digunakan oleh penduduk Indonesia adalah Tokopedia, Shopee, Gojek, dan Grab. Pemasaran melalui *ecommerce* diawali dengan pembuatan akun, kemudian mengunggah foto produk ke lapak tersebut. Pemasaran tersebut dapat di dukung dengan testimoni yang diberikan oleh buyer. Bauran pemasaran yang digunakan oleh *e-commerce* adalah berupa periklanan, penawaran diskon, serta pemberian gratis ongkir. Sehingga, hanya dengan duduk di rumah saja, maka barang yang dipesan dapat langsung sampai ke tangan pembeli. Itulah alasan mengapa di zaman sekarang ini, orang lebih suka untuk berbelanja melalui *e-commerce*.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **1. Hasil Kegiatan**

Secara kualitatif, hasil pelaksanaan program kerja sosialisasi mengenai pemasaran kue bolu Desa Penglumbaran melalui *e-commerce* dapat terlaksana dengan baik. Hasil dari program kerja ini diharapkan dapat menambah wawasan kepada UMKM kue bolu di Banjar Dinas Tiga Kawan Desa Penglumbaran untuk memanfaatkan *e-commerce* sebagai media pemasaran produk mereka.

##### **2. Dokumentasi Hasil Kegiatan**



Gambar 1. Pemaparan materi dari narasumber



Gambar 2. Penyerahan sertifikat kepada narasumber



Gambar 3. Foto bersama dengan narasumber dan audience

### 3. Luaran

Berdasarkan hasil Kuliah Kerja Nyata yang dilaksanakan secara offline di Desa Penglumbaran, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli. Adapun luaran dari program kerja sosialisasi mengenai pemasaran kue bolu Desa Penglumbaran melalui e-commerce diantaranya seperti menambah wawasan kepada masyarakat bahwa dengan perkembangan zaman ini, UMKM dapat memanfaatkan e-commerce sebagai media untuk mempromosikan produk yang mereka jual. Adapun luaran yang dihasilkan berupa jurnal pengabdian masyarakat yang berisi tentang gambaran umum terkait potensi yang dimiliki oleh desa tersebut.

#### KESIMPULAN

Kesimpulan hasil kegiatan KKN ini adalah pelaksanaan program kerja sosialisasi mengenai pemasaran kue bolu Desa Penglumbaran melalui e-commerce dapat terlaksana dengan baik. Hasil dari program kerja ini diharapkan dapat menambah wawasan kepada UMKM kue bolu di Banjar Dinas Tiga Kawan Desa Penglumbaran untuk memanfaatkan e-commerce sebagai media pemasaran produk mereka.

#### SARAN

Saran disampaikan berdasarkan hasil luaran dari program kerja ini diharapkan UMKM di Banjar Dinas Tiga Kawan Desa Penglumbaran dapat berkembang dan dapat diterapkan, sehingga produk kue bolu tersebut tidak hanya dikenal oleh penduduk Desa Penglumbaran saja, melainkan dapat dikenal oleh penduduk Se-Bali ini.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada seluruh UMKM di Banjar Dinas Tiga Kawan Desa Penglumbaran dan semua pihak yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini.

#### REFERENSI

- [1] Adiwihardja, C. (2016). Ecommerce Sebagai Model Inovasi Teknologi Strategi Entrepreneur Menurut Preferensi Pengguna Pada Jakartanotebook. com. *Bina Insani ICT Journal*, 3(1), 154–163.
- [2] Agusta, R. P., & Dewi, C. K. (2019). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen ( Studi Kasus Pada Widjie Coffee )*. 6(3), 6266–6275.
- [3] Audia, D. S., Jayawinangun, R., & Ferdinan, F. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Produk Aidi.Id (Studi Pada Followers Instagram Aidi.Id). 1(1), 76–95.
- [4] Bramanya, Y. B., & Jatra, M. (2016). *Pengaruh Celebriti Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx di Kota Denpasar*. 5(3), 1745–1771.
- [5] Dewi, N. N. K. A., & Warmika, I. G. K. (2017). Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus. 6(10), 5580–5606.
- [6] Hidayah, D. K., & Syahputra. (2017). Pengaruh Usability pada Kualitas Website Menggunakan Scanmic Model terhadap Minat Beli ( Studi Kasus Terminal Wisata Grafika Cikole Lembang ). *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 21–35.
- [7] Hismendi. (2016). E-Commerce: Model Interaksi Jual Beli (Studi Pada Pelaku Interaksi Jual Beli Melalui Internet. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1).
- [8] Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. 14(1), 35–43.
- [9] Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru ( Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau ). 4(1).
- [10] Juniantoko, A. D., & Supriono. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap

- Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian ( Survei Pada Konsumen Waroeng Latte dan The Cemiland di Kota Madiun ). 53(2), 11–18.
- [11] Kurniawan, F. J., & Kunto, Y. S. (2014). Analisa pengaruh visibility, credibility, attraction, dan power celebrity endorser terhadap brand image bedak marcks venus. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–8.
- [12] Ma, T. (2019). *Evaluation effect of Internet word of mouth and application of big data*. (1187).
- [13] Ngudiono, J.W, 2010, Aplikasi E - Commerce Berbasis Web Sebagai Media Pemasaran On - Line Pada Mucushop Yogyakarta. *Skripsi*, AMIKOM. Yogyakarta
- [14] Pratama, M.O, 2012, Pemrograman Mobile Android dan MySQL, *Jurnal, IlmuKomputer.Com*. <http://tavgreen.com>
- [15] Rahayu, I, 2010, Sistem Informasi E-Commerce Penjualan Sparepart Mobil dan Motor pada CV. Indoguna Sparepart berbasis mobile. *Skripsi*, Universitas Gunadarma. Bandung