

PKM Meningkatkan Volume Penjualan Melalui *E-Commerce* Pada Makanan Olahan Gipang Dangdeur di Kelurahan Gelam

Asnawi^{1*}, Mochamad Arief Ramadani², Nada Nabilah³, Rasendriya Azel Qodama⁴, Siti Nunu Parwati⁵, Wita Martianingsih⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Bina Bangsa, Jl. Raya Serang - Jkt No.KM. 03 No. 1B, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten

E-mail: srgasnawi@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2452>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 29 July 2025

Revised: 13 August 2025

Accepted: 27 August 2025

Kata Kunci:

UMKM, E commerce,
Volume Penjualan

Keywords:

MSMEs E commerce, Sales
Volume

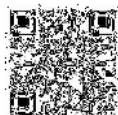
ABSTRACT

Tidak dapat dipungkiri bahwa era digital sudah sangat berkembang di masyarakat saat ini, Semua bidang di tuntut untuk dapat memanfaatkan teknologi, termasuk bidang UMKM. Bahkan semua kalangan dari anak- anak hingga orang tua sudah melek teknologi sebab dunia yang sudah mulai berevolusi. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk menikmati dan mengikuti perkembangan teknologi yang ada, termasuk bidang media sosial dan e-commerce yang tidak dapat dipisahkan dari Internet. Media periklanan yang menggunakan teknologi internet atau media teknologi lainnya biasa disebut dengan e-commerce yang mempunyai keunggulan dapat melakukan kegiatan jual beli antar penjual, dan aplikasi yang menggunakan teknologi internet untuk melakukan pembelian secara online. Biasanya e-commerce yang banyak digunakan oleh para pelaku bisnis adalah Shopee dan tiktok. Tampilan website yang menarik dan mudah dipahami menjadi hal penting yang harus diperhatikan masyarakat dalam e-commerce. Saat ini, para pelaku usaha kecil dan menengah mulai menyadari bahwa masyarakat semakin tertarik berbelanja online, karena konsumen juga sudah mulai mengikuti perkembangan teknologi digital dan tidak perlu lagi pergi ke tempat belanja untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan, apa yang ditawarkan di e-commerce pun tak kalah kompetitifnya.

it cannot be denied that the digital era has developed greatly in today's society. All fields are required to be able to utilize technology, including the MSME sector. In fact, all groups from children to the elderly are already technologically literate because the world has begun to evolve. This allows people to enjoy and follow existing technological developments, including the fields of social media and e-commerce which cannot be separated from the Internet. Advertising media that uses internet technology or other technological media is usually called e-commerce which has the advantage of being able to carry out buying and selling activities between sellers, and applications that use internet technology to make online purchases. Usually the e-commerce that is widely used by business people is Shopee and TikTok. An attractive and easy to understand website appearance is an important thing that people must pay attention to in e-commerce. Currently, small and medium businesses are starting to realize that people are increasingly interested in shopping online, because consumers have also started to follow developments in digital technology and no longer need to go to shopping places to get the goods they want, what is offered in e-commerce is no less competitive.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



How to Cite: Asnawi, et al (2025). PKM Meningkatkan Volume Penjualan Melalui *E-Commerce* Pada Makanan Olahan Gipang Dangdeur di Kelurahan Gelam, 4 (1) 4942-4946. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2452>

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi mengalami perkembangan semakin cepat, tentu hal ini menuntut semua masyarakat dari berbagai bidang harus mampu bagaimana memanfaatkan teknologi internet untuk melakukan promosi dan memperoleh keuntungan yang maksimal. Internet memungkinkan pelanggan dan pelanggan potensial untuk diajakberkomunikasi berhubungan langsung dengan produk yang dijual secara online lain agar produknya meningkat diketahui oleh banyak orang (Qurata Ayuni, 2019).

Pesatnya perkembangan marketplace menyebabkan banyak lahirnya marketplace di Indonesia, seperti Shopee, Bukalapak, Blibli, Lazada, Tokopedia, tik tok dll. Pasar adalah model ekonomi yang membantu pedagang menjual produk mereka di Internet (Saputri, 2023). Konsep dasarnya sama dengan pasar, dimana orang-orang yang berbeda berkumpul dalam suatu lingkungan dimana para pedagang menjual produk yang sama, namun pasar memfasilitasi transaksi online dengan menggunakan media Internet.

Persaingan pasar melalui belanja online di Indonesia semakin ketat. Hal ini tidak hanya terjadi pada situs belanja besar dalam negeri saja, namun juga pada situs luar negeri yang baru memasuki pasar Indonesia. Saat ini para pelaku UMKM mulai menyadari bahwa masyarakat lebih tertarik berbelanja secara online, karena konsumen juga mengikuti perkembangan teknologi digital sehingga tidak perlu pergi ke toko untuk mendapatkan produk yang diinginkan (Asiyah, 2022).

Maka dari itu para pelaku UMKM perlu menguasai media sosial, khususnya e-commerce. Hal ini sangat diperlukan di era digital saat ini, karena para pelaku UMKM harus siap mengikuti perkembangan teknologi. Peran UMKM sebagai pelaku usaha dalam upaya peningkatan perekonomian sangat diperlukan karena memberikan dampak positif terhadap kontribusinya terhadap perekonomian daerah. Pelaku usaha UMKM mempunyai peluang untuk meningkatkan perekonomian UMKM Sebab, mengingat tingginya angka pengangguran, semakin banyak usaha maka semakin banyak pula lapangan kerja yang tercipta.

Dalam hal ini salah satu UMKM yang berada di kelurahan Gelam adalah UMKM makanan olahan dari singkong yang sering di sebut dangdeur memiliki makanan olahan dengan diberi nama kue Gipang Dangdeur yang sampai saat ini belum memanfaatkan e commerce sebagai strategi praktis dalam meningkatkan pendapatan, untuk itu kami tim PKM yang tergabung kedalam kelompok KKM 01 membantu dengan setulus hati mengajarkan dan membuat akun e commerce untuk pelaku UMKM Gipang dangdeur yang berada di Kelurahan Gelam. Dengan harapan kegiatan PKM ini dapat memberikan dampak dan manfaat yang baik bagi UMKM Gipang dangdeur di Kelurahan Gelam salahsatunya adalah untuk meningkatkan volume penjualan yang harapannya dapat menambah omset atau pendapatan sehingga para pelaku UMKM Gipang Dangdeur dapat lebih sejahtera dalam ekonomi.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim KKM yang etrgabung kedalam kelompok 01 KKM Universitas Bina Bangsa yang berlokasi di kelurahan Gelam kepada mitra pemilik UMKM Gipang dangdeur Kelurahan gelam, ini memiliki tiga tahapan pelaksanaan dari program yang telah dijalankan, yaitu :

1. Pelaksanaan survei untuk mengetahui dan menetapkan kebutuhan dari pelaku UMKM, sehingga dengan begitu kami TIM PKM dapat merancang kegiatan atau program kerja yang akan diberikan pada pelaku UMKM tersebut.
2. Melakukan Focus Group Discussion (FGD) bersama pemilik UMKM Gipang dangdeur untuk mengetahui segala permasalahan yang sedang dialami terkait bisnis yang dijalankan, sehingga kegiatan yang akan diberikan dapat tepat sasaran terhadap jenis permasalahannya. Hasil dari FGD menyatakan bahwa Pemilik UMKM gipang dangder masih menggggunakan pemasaran tradisional dengan penyebaran dagangannya melalui rekomendasi antar tetangga serta pengetahuan mengenai penggunaan marketplace Shopee yang minim.
3. Setelah ditemukan permasalahan maka kami tim PKM sepakat untuk melakukan Pendampingan mengenai pembuatan akun shopee kepada UMKM makanan olahan Gipang dangdeur di Kelurahan Gelam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah di laksanakan nya PKM oleh TIM KKM 01 kelurahan Gelam dari Universitas Bina Bangsa, maka kami membuat survey mengenai ketercapaian pendampingan dan program yang sudah kami laksanakan. Adapun hasil dari survei yang telah dilakukan dalam bentuk wawancara untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan mendasar seperti gambaran umum bisnis makanan, modal awal, metode periklanan dan promosi, media sosial dan e-commerce. Hal itu dilakukan untuk menggali dan memetakan kebutuhan para pemilik usaha makanan ringan tersebut.

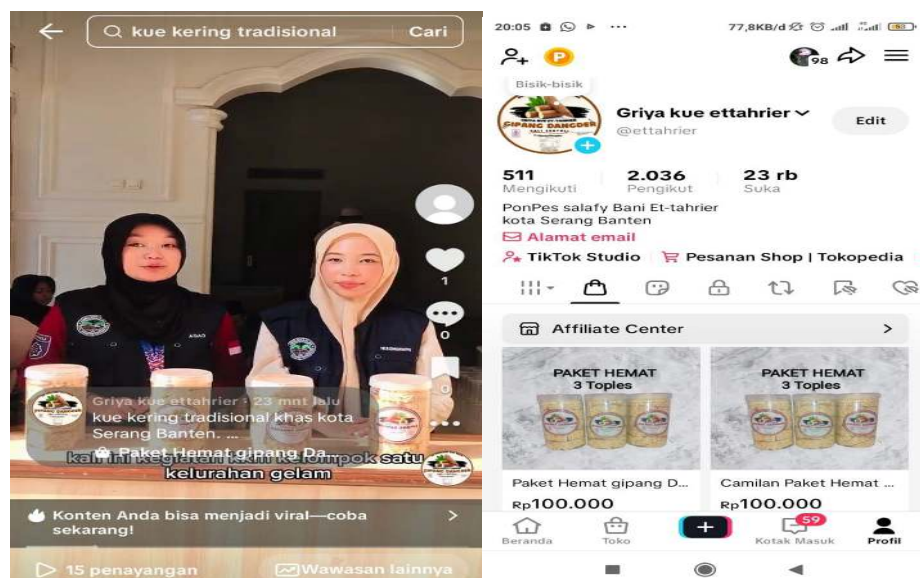
Hasil survei menunjukkan Pemilik UMKM Gipang dangdeur kesulitan menjual produknya melalui media sosial dan e-commerce. Pemilik UMKM masih menggunakan metode mulut ke mulut yang menurutnya lebih praktis. Melihat permasalahan tersebut, perlu dikaji lebih detail penyebab permasalahannya dengan menggunakan metode focus group Discussion (FGD). FGD dilakukan untuk menggali secara detail permasalahan yang dialami pemilik UMKM Gipang dangdeur selama menjalankan bisnisnya.

Temuan FGD mengungkapkan bahwa Saat ini pemilik UMKM Gipang dangdeur sedang mengalami kesulitan untuk mempromosikan produknya ke khalayak yang lebih luas melalui e-commerce sebab masih belum mengetahui cara penggunaannya hal ini menjadi salah satu penyebab kelemahannya dalam melakukan kegiatan promosi produknya dan mengalami penurunan omset karena belum dikenalkan atau belum di promosikan melalui internet. Sejauh ini, ia baru menggunakan satu media sosial untuk mempromosikan produk bisnisnya, yakni WhatsApp. Selain itu, ia juga menggunakan teknik mulut ke mulut dan dari rumah ke rumah yang dianggapnya lebih praktis ketimbang menggunakan aplikasi e-commerce sebagai alat pemasarannya. Akibatnya, produk yang ditawarkan hanya dikenal di kalangan terbatas. Pada pelaksanaan program FGD di peroleh program kerja yang dibutuhkan oleh UMKM ini sebagai berikut :

1. Pembuatan Akun e-commerce.
2. Pembuatan logo UMKM.
3. penyuluhan pemanfaatan e-commerce.

Pendampingan pembuatan akun

Pemberian pendampingan dilakukan dalam kurun waktu selama kurang lebih 1 bulan atau selama 40 hari masa KKM, terhitung mulai dari bulan Juli-Agustus 2025 Pendampingan yang diberikan yaitu tentang penggunaan e-commerce seperti Shopee dalam mempromosikan produk usaha pemilik UMKM Gipang dangdeur. Pemilihan e-commerce Shopee didasarkan karena aplikasi tersebut merupakan aplikasi yang paling banyak peminatnya, selain itu tim kami juga mengajarkan akun tiktok yang ramai digunakan para pelaku usaha untuk live berjualan dan memasarkan produknya. Dibawah ini merupakan gambar akun ecommerce yang sudah tim kami buatkan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Akun E-Commerce

Akun toko e-commerce ini merupakan salah satu bentuk pengembangan teknologi di era digitalisasi pemasaran. Saat ini belanja bisa dilakukan secara online tanpa perlu pelanggan atau penjual melakukan penjualan. Pembuatan Akun Shopee dan tik tok shoop ini dibuat untuk memudahkan transaksi jual beli bagi konsumen. Bagi pelaku usaha kecil, pihak shopee memberikan kemudahan dalam memasarkan produk yang dijual oleh pelaku usaha kecil seperti pelaku UMKM Gipang dangdeur ini. Adapun untuk proses produksi kami juga membantu proses produksi salah satunya yaitu dengan membuat label atau merek dagang yang lebih menarik sebagai daya tarik untuk meningkatkan volume penjualan. Adapun gambar kegiatan produksi dan labeling dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 2. Proses produksi dan pengemasan

SIMPULAN

Majunya perkembangan teknologi serta informasi membuat para pelaku usaha harus tanggap dan sigap untuk mengikuti arah perubahan. Terutama UMKM Gipang Dangdeur yang memiliki kondisi awal kurang memperhatikan dan memanfaatkan teknologi digital untuk menyebar luaskan bisnisnya dan lebih dominan melalui pemasaran tradisional dengan pemasaran mulut ke mulut serta hanya menggunakan media sosial whatsapp saja.

Dari hasil kegiatan pemanfaatan teknologi melalui program digitalisasi *e-commerce*, UMKM Gipang dangdeur dapat dengan mudah untuk menjangkau konsumen, serta para konsumen akan dengan mudah menemukan aneka macam Keripik Putri Sari di aplikasi belanja online (*e-commerce*). Sehingga hasil nya akan berdampak pada omset penjualan yang semakin meningkat dan produk dapat dikenal oleh masyarakat yang jauh lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM yang tergabung kedalam KKM kelompok 01 Gelam dari Universitas Bina Bangsa mengucapkan terimakasih banyak yang sebesar-besarnya kepada seluruh masyarakat Kelurahan Gelam, khususnya pelaku UMKM Gipang Dangdeur yang mau merespon dan berpartisipasi mendukung program yang kami tawarkan, semoga apa yang kami berikan dapat bermanfaat untuk UMKM Gipang Dangdeur untuk kedepannya. Selain itu kami mengucapkan terimakasih banyak kepada Dosen pembimbing lapangan atau DPL yang sudah mendukung dan mengarahkan kami sehingga kami dapat menyelesaikan program KKM ini dengan sebaik baiknya.

REFERENSI

- Asiyah, S. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku UMKM Guna Peningkatan Pendapatan. Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Febriyantoro, M. T., dan Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil

- Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. Jurnal Manajemen Dewantara, 1(2), 62-67.
- Mardiani, E, Rahmansyah,N, Al Rizky,F (2020). Perilaku Konsumen Terhadap E-commerce disaat pandemi covid 19 di Shop and Travel. Jurnal Informatik: Jurnal Ilmu Kompute,r 16(3), 212-217.
- Pelengkahu, R. M. (2023). Pengaruh Promosi, Phisical Evidence, Harga Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Manado. EMBA.
- Putri, I. M. (2023). Pendampingan Umkm Parfum Melalui Pengelolaan E-Commerce Shopee (Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Secara Online Umkm Parfum Di Sidoarjo).
- Qurata Ayuni, H. C. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 23 No.2.
- Pradipta, Y. G. A. (2018). Skripsi :Penggunaan Internet Sebagai Media Promosi UMKM Harmoni di Desa Kembangan Baki Sukoharjo. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.