

## INOVASI PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI UMKM BAKSO MALANG HARMONI

Etty Zuliawati Zed<sup>1</sup>, Rifat Syauqi<sup>2</sup>, Farid Akbar Al Munawar<sup>3</sup>, Tegar Medika Palsa<sup>4</sup>, Atsal Naufal Lubis<sup>5</sup>

Universitas Pelita Bangsa

e-mail: [ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id](mailto:ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id)<sup>1</sup>, [ifatsyauqi93@gmail.com](mailto:ifatsyauqi93@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[faridakbaralmunawar@gmail.com](mailto:faridakbaralmunawar@gmail.com)<sup>3</sup>, [medikapalsategar@gmail.com](mailto:medikapalsategar@gmail.com)<sup>4</sup>, [atsalnaufal23@gmail.com](mailto:atsalnaufal23@gmail.com)<sup>5</sup>

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan di UMKM Bakso Malang Harmoni melalui inovasi pemasaran berbasis e-commerce. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Implementasi strategi pemasaran digital, seperti media sosial dan marketplace, serta peningkatan kualitas layanan pelanggan, menjadi faktor kunci dalam keberhasilan inovasi ini.

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

*Abstract* – This study aims to increase sales at MSMEs Bakso Malang Harmoni through e-commerce-based marketing innovations. The method used is a qualitative descriptive method with data collection techniques such as interviews, observations, and documentation studies. The results show that the use of e-commerce can expand market reach and significantly increase sales. The implementation of digital marketing strategies, such as social media and marketplaces, as well as improvements in customer service quality, are key factors in the success of this innovation.

**Keywords:** E-Commerce, Marketing Initiation, Msmes.

### PENDAHULUAN

E-commerce adalah singkatan dari “Electronic Commerce”, Yang merujuk pada cara membeli, menjual, menukar, atau mendistribusikan barang dan jasa melalui media online. Dalam e-commerce, kegiatan bisnis dilakukan secara online melalui platform seperti situs web, aplikasi seluler, atau pasar digital. Seiring berjalannya waktu, jumlah penduduk di Indonesia terus meningkat, tidak sedikit yang memutuskan untuk ber-wirausaha dan menjadi bagian dari UMKM, oleh sebab inilah bisa dikatakan bahwa UMKM mampu menekan angka tingginya pengangguran di Indonesia. UMKM cenderung fokus pada pasar lokal, menggunakan teknologi yang relatif, belum sempurna dan memiliki akses terbatas. Potensi suatu negara, baik yang sudah berkembang maupun sudah maju, dapat memperoleh manfaat yang signifikan dari pengembangan ekonomi UMKM.

Dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih, banyak UMKM yang mulai memanfaatkan kesempatan ini dengan menyediakan penjualan secara online melalui platform e-commerce seperti Grabfood dan lain sebagainya. Para pelaku usaha UMKM yang belum memasarkan produknya secara online kini mulai memanfaatkan media online dalam memasarkan produknya, cara ini sangat efektif dalam meningkatkan penjualan produk bagi UMKM.

UMKM merupakan pilar yang sangat penting dalam struktur perekonomian suatu negara. Menurut UMKM berperan penting dalam mendorong kemajuan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Karena Banyak pelaku UMKM berasal dari kalangan ini, maka UMKM dapat memberikan mereka peluang untuk meningkatkan taraf hidup dan perekonomian. Dalam penelitian (Komariah, 2022), menjelaskan bahwa UMKM berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pendapatan dan membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ini sesuai dengan salah satu fungsi UMKM yaitu membuka

lapangan kerja bagi masyarakat yang sedang mencari pekerjaan dan membantu mereka mendapatkan pendapatan untuk bertahan hidup.

Dalam menjalankan suatu usaha UMKM, penjual harus bisa terus menerus membuat inovasi baru agar usaha UMKM tersebut tetap bisa meningkat dan tetap bersaing dalam pasar bisnis. Menurut Cyasmoro dan Talumantak, 2021 Inovasi bisa dikatakan sebagai kemampuan untuk menerapkan cara baru dalam memecahkan masalah dan mencari peluang untuk meningkatkan kinerja yang di rancang untuk menguntungkan produk dagang (Uswatun Hasanah, 2023). Di era sekarang inovasi sangat di butuhkan karena banyak pesaing bisnis yang mungkin melakukan berbagai inovasi agar terlihat menarik dimata konsumen.

Permasalahan yang sering dihadapi UMKM bukan hanya tentang kurangnya pengelolaan sumber daya manusia. Tetapi, ada juga tentang bagaimana cara UMKM tersebut membuat inovasi baru dalam pemasarannya. Kurangnya Pemasaran produk melalui e-commerce menjadi faktor utama dalam penentuan naik turunnya produktifitas penjualan. Inovasi yang tepat dapat mendorong peningkatan penjualan, dan sebaliknya inovasi yang tidak tepat dapat menurunkan penjualan.

Program pengabdian kepada masyarakat dilakukan dalam bentuk mendaftarkan akun Grab untuk UMKM Bakso Malang Harmoni, agar bisa bersaing di pasar bisnis, dan mengembangkan peningkatan penjualan dalam UMKM tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Metode pelaksanaan yang kami lakukan kepada UMKM menggunakan metode kualitatif. Dimana metode kualitatif yang kami gunakan merupakan metode yang berfokus pada observasi dan wawancara langsung ke pada pemilik UMKM Bkaso Malag Harmoni. Dari kegiatan tersebut kami mendaftarkan akun Grab untuk meningkatkan penjualan yang berfokus pada inovasi pemasaran dan promosi pada UMKM Bakso Malang Harmoni untuk terus bisa meningkatkan daya saing di pasar.

Tahapan yang kami lakukan dalam melakukan observasi pada UMKM diantaranya :

1. Tahap pertama menentukan target pemilik UMKM. Target dari pemilik UMKM Bakso Malang Harmoni yang kami observasi berlokasi di daerah Desa Karang Bahagia, Kecamatan Karang Bahagia, Kabupaten Bekasi. Dengan narasumber langsung dari pemilik UMKM yang bernama Siska Risnawati. UMKM Bakso Malang Harmoni menjadi tempat pengabdian yang kami lakukan dalam meningkatkan Penjualan Melalui E-commercedi UMKM Desa Karang Bahagia.
2. Tahap kedua wawancara. Dari wawancara tersebut Ibu Siska Risnawati menjelaskan secara detail bagaimana beliau membuka usaha bakso malang dari awal sampai dengan saat ini. Menurut beliau untuk membuka usaha bukan hanya tentang keberhasilan dan keuntungan tetapi juga hambatan. Para pelaku usaha perlu mengetahui apa yang menjadi hambatan bagi usaha mereka, agar bisa cepat-cepat mereka evaluasi.
3. Tahap ketiga analisis hambatan. Setelah melakukan observasi langsung kami menemukan satu hal yang menjadi hambatan pada UMKM bakso malang harmoni yaitu kekurangan dalam pemasaran E-commerce dalam melakukan pemasaran. yang Dimana rata rata UMKM lain sudah memanfaatkan media sosial dalam melakukan penjualan produknya, Hal ini sangat penting bagi UMKM jika ingin meningkatkan penjualannya.

Dari hasil Implementasi yang kami lakukan, Implementasi inovasi pemasaran melalui e-commerce pada UMKM Bakso Malang Harmoni merupakan hal yang sangat tepat karena dapat meningkatkan penjualan. Hal ini merupakan hasil yang positif bagi UMKM tersebut. Kami harap pengembangan yang kami lakukan dapat membuka pengetahuan Ibu Siska Risnawati betapa pentingnya inovasi dalam setiap UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Di zaman globalisasi dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, diperlukan pengembangan pemasaran kewirausahaan yang mampu mencapai konsumen di seluruh dunia, yaitu melalui pemasaran internet atau E-Commerce (Harini et al., 2019). Bahkan beberapa pengusaha yang sebelumnya mengandalkan metode konvensional kini dapat beralih ke platform online melalui E-commerce (Aryani et al., 2023). Inovasi Pemasaran melalui e-commerce memegang peran penting dalam perusahaan. E-commerce berfungsi sebagai sarana jual beli yang efektif untuk menyampaikan nilai produk dan membangun keunggulan nilai kompetitif suatu produk. E-commerce menjadi salah satu alternatif ketika membeli sesuatu tanpa harus datang langsung kelokasi, hal ini memberikan banyak keuntungan bagi customer.

Pemasaran Melalui e-commerce memberikan manfaat bagi konsumen maupun penjual seperti, Memudahkan konsumen dalam memesan, konsumen hanya perlu memesan di aplikasi Grab tanpa harus datang langsung ke tempat UMKMnya. Pemasaran melalui e-commerce tidak hanya menarik bagi pelanggan, tetapi dapat menciptakan segmen pasar yang bervariasi dalam proses pemasarannya. kunci penting untuk bertahan dalam persaingan yang begitu ketat mengharuskan pelaku usaha harus memiliki keunggulan bersaing untuk dapat terus bertahan, jika tidak maka usaha tersebut tidak akan bertahan lama. Teknologi informasi yang berkembang pesat akan sangat membantu seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya (Soeratin, 2024).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce membantu UMKM Bakso Malang Harmoni dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Penggunaan platform E-Commerce yaitu Grabfood serta pelatihan digital marketing, berperan penting dalam kesuksesan strategi pemasaran ini. Selain itu, peningkatan kualitas layanan pelanggan, seperti respon cepat dan layanan pengiriman yang efisien, turut berkontribusi terhadap peningkatan penjualan.

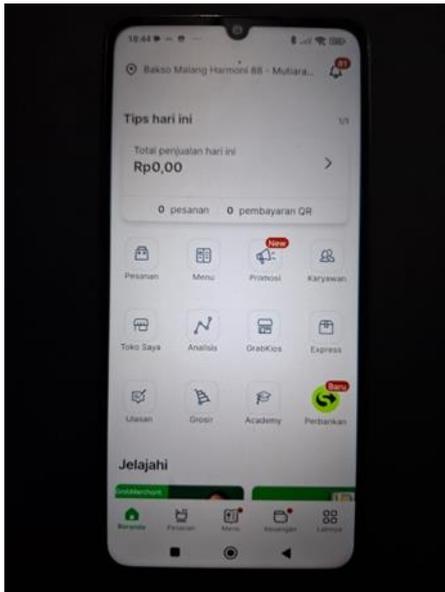
Program pengabdian yang kami lakukan yaitu memberikan inovasi Pemasaran melalui e-commerce dengan mendaftarkan dan pendampingan dalam membuat akun Grab yang akan digunakan pada UMKM Bakso Malang Harmoni. Sebelumnya, UMKM Bakso Malang Harmoni hanya memasarkannya secara offline dengan menggunakan banner yang dimana hanya masyarakat sekitar saja yang mengetahui usaha UMKM tersebut. Kemudian kami melakukan pengembangan pada UMKM untuk meningkatkan penjualan dengan mendaftarkan serta memberikan edukasi dalam pembuatan akun Grab. Kemudian, kami juga melakukan promosi pada media sosial, agar UMKM Bakso Malang Harmoni lebih dikelas oleh Masyarakat luas.



Gambar 1 Logo Malang Harmoni



Gambar 2 Bakso Malang



Gambar 3 Akun Grab yang telah dibuat



Gambar 4 Proses Penyerahan

## KESIMPULAN

Inovasi pemasaran melalui e-commerce terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan di UMKM Bakso Malang Harmoni. Adopsi teknologi digital dan strategi pemasaran yang tepat dapat membantu UMKM bersaing di pasar yang lebih luas dan dinamis. UMKM lain disarankan untuk mengadopsi teknologi e-commerce dan menerapkan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik bisnis mereka. Pelatihan dan pendampingan berkelanjutan dalam penggunaan teknologi digital juga penting untuk memastikan keberhasilan inovasi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, R., Komariah Hidayanti, S., Hartati, L., & Rum Hendarmin, R. M. (2023). PENGGUNAAN E-COMMERSE SEBAGAI PENDUKUNG PEMASARAN PRODUK INOVASI EMPING SINGKONG UMKM MASYARAKAT DESA PETANANG. *Communnity Development Journal*, 4, 7101–7108.
- Harini, D., Handayani, S., Banjarsari Barat No, J., Manajemen, J., & Dharmaputra Jalan Pamularsih Raya No, S. (2019). PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN KINERJA UMKM. *DERIVATIF : Jurnal Manajemen*, 13(2).
- Komariah, K. (2022). Peran Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3703–3711.
- Soeratin, B. S. (2024). Penerapan Strategi Manajemen Inovasi Untuk Daya Saing Perusahaan Dalam Industri E-Commerce. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(1), 1186–1193.
- Uswatun Hasanah, I. W. D. R. A. P. (2023). INOVASI KEMASAN DAN PEMASARAN UKM KERUPUK PATTOLA UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN DESA GADINGSARI. 25–35.