

Kumawula, Vol.7, No.1, April 2024, Hal 191 – 197

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v7i1.50010>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

PENERAPAN DIGITAL MARKETING MELALUI E- COMMERCE TOBEL (TOKO BELI) DI DESA BONTOSUNGGU KECAMATAN BAJENG KABUPATEN GOWA SULAWESI SELATAN

Andi Sawe Ri Esso^{1*}, Muhammad Yahya², Kherayani Nur³

^{1,2}Universitas Patompo

³Universitas Muslim Maros

*Korespondensi : andisawerieso@unpatompo.co.id

ABSTRACT

The rapid advancement of technology provides convenience in various aspects of human life, which undoubtedly saves time and offers benefits to small and medium-sized enterprises (UMKM) stakeholders in the Bajeng District, Bontosunggu Village, Gowa Regency. Currently, the knowledge of UMKM stakeholders in utilizing evolving technology is limited. The lack of socialization and technological awareness has hindered the development of UMKM marketing in the area. The solution that can be applied to our partner is the utilization of digital marketing applications in the management aspect. "Toko Beli" in marketing UMKM products. This research aims to optimize the implementation of digital marketing through e-commerce for "Toko Beli" in Bontosunggu Village. This activity adopts a participatory approach. Training, consultation, and field practice methods have been used to enhance understanding and skills. Consequently, it can improve community's understanding of digital marketing and their ability to implement it in marketing their products.

Keywords : *UMKM, Application, e-commerce, Tobel, Android, Local Product Marketing.*

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 15/09/2023

Diterima : 31/01/2024

Dipublikasikan : 21/04/2024

ABSTRAK

Teknologi yang begitu pesat memberikan kemudahan dalam bermobilisasi pada semua aspek di kehidupan manusia, Hal ini tentunya akan menghemat waktu dan memberikan kemudahan para pelaku UMKM di Kecamatan Bajeng Desa. Bontosunggu, Kabupaten Gowa. Saat ini pengetahuan para pelaku UMKM kurang memanfaatkan teknologi yang berkembang. Kurangnya sosialisasi dan pengetahuan teknologi telah menghambat perkembangan pemasaran UMKM di daerah tersebut. Solusi yang dapat diterapkan untuk mitra binaan adalah pemanfaatan aplikasi digital marketing dalam aspek manajemen. Toko Beli dalam memasarkan Produk UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan penerapan digital marketing melalui e-commerce bagi

Tobel Toko Beli di Desa Bontosunggu. Kegiatan ini mengadopsi pendekatan partisipatif. Metode pelatihan, konsultasi, dan pelaksanaan praktik lapangan telah digunakan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan. Dengan tersebut, dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang *digital marketing* dan mampu mengimplementasikan dalam memasarkan produknya.

Kata Kunci : UMKM, Aplikasi, e-commerce, Tobel, Android, Pemasaran Produk Lokal

PENDAHULUAN

Pada dasarnya semua orang dalam memasarkan produk UMKM ingin meraih kesuksesan dengan cepat mudah dan berkesinambungan (Hartana, 2022). Seiring berjalannya waktu, mitra binaan di Kecamatan Bajeng, Desa Bontosunggu, Kabupaten Gowa, masih cenderung mengandalkan metode jual beli konvensional, metode ini tidak salah sama sekali. Namun, kendala yang muncul adalah terkait dengan perkembangan produk UMKM mereka yang cenderung lambat dan menghadapi proses penjualan yang memakan waktu.

Penyebab dari lambatnya perkembangan produk UMKM bisa disebabkan oleh kurangnya akses pasar yang lebih luas serta efisiensi yang rendah dalam penjualan produk. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk mempertimbangkan alternatif solusi, seperti memanfaatkan teknologi *digital marketing*, untuk membantu UMKM mengembangkan bisnis mereka dengan lebih cepat dan efektif.



Gambar 1. Lokasi pemasaran secara konvensional UMKM Kanrejawa Putu cangkir yang terletak di desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Pemasaran
(Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)

Para pelaku UMKM lokal Kanrejawa Putu cangkir tidak tahu atau belum paham cara yang lebih efektif dan efisien dalam memasarkan produk mereka masing-masing. Ada beberapa penyebab permasalahan UMKM di daerah tersebut, yaitu perputaran ekonomi pemasaran yang lambat dikarenakan pelanggan atau konsumen yang dapat dijangkau hanya di sekitaran daerah itu saja. Kemudian masyarakat biasanya menjual Produk UMKM hanya pada waktu hari-hari pasar dan event-event tertentu saja. Sehingga para calon mitra binaan sering merasa kebosanan yang lebih parahnya adalah tidak jarang dari mereka gulung tikar dikarenakan kurangnya informasi dan pengetahuan dalam memasarkan produk UMKM lokal mereka (mitra binaan).

Sebagian besar masyarakat di Desa Bontosunggu masih belum terbiasa dengan penggunaan internet dalam mencari informasi. Hal ini membuat pelaku UMKM kesulitan dalam memanfaatkan potensi pasar online yang sangat besar. Dalam hal ini, diperlukan upaya edukasi dan pelatihan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang cara memanfaatkan platform online seperti media sosial, marketplace, dan situs web untuk memasarkan produk mereka (Sugianto & Utama, 2021).

Dalam melihat kondisi ini maka fenomena yang muncul adalah para calon kewirausahaan-kewirausahaan baru kurang bergairah melakukan atau mengembangkan UMKM pasalnya dengan melihat fakta di lapangan begitu sulitnya memasarkan produk UMKM di desa Bontosunggu, kalau terjadi pembiaran maka roda perputaran ekonomi akan semakin melambat dikarenakan munculnya

pengangguran-pengangguran baru (Harto & Komalasari, 2020).

Penggunaan metode pemasaran produk yang dilakukan masyarakat masih manual. Dengan pengetahuan yang minim dalam pemakaian teknologi sehingga memaksa mereka melakukan pemasaran manual sehingga dalam pengelolaan penjualan kurang efektif dan efisien. Sebagai pengabdian kepada Masyarakat dalam memberikan solusi di lapangan yang tepat sasaran agar kegiatan UMKM yang sudah ada dan para Mitra baru dalam berwirausaha akan bertumbuh dan menjadi kewirausahaan yang tangguh (Suranto et al., 2022). Peneliti akan mengenalkan aplikasi untuk pemasaran produk secara online melalui e-commerce untuk menjangkau pembeli yang lebih jauh.

Aplikasi ini bernama Tobel. Tobel Toko Beli adalah sebuah e-commerce marketplace penjualan produk secara online yang resmi berdiri pada tanggal 23 juni 2022 yang dibuat oleh bapak Diki Darmawang, S.IP asal provinsi Sulawesi Selatan kabupaten Gowa dan resmi terdaftar di KLBI dengan nomor kode 63122 dan masuk dalam bidang usaha portal web dan/atau platform digital dengan tujuan komersil. Aplikasi ini menyediakan berbagai macam produk, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga produk elektronik. Tobel memiliki beberapa keunggulan, seperti: a) Mudah digunakan dan harga terjangkau, b) Pilihan produk yang beragam, c) Dapat diskon sepuasnya. Masyarakat akan diajarkan mendesain produk yang lebih menarik.

Tujuan pengabdian masyarakat ini diantaranya, 1) Meningkatkan hasil penjualan Produk UMKM pada e-commerce Tobel pada digital marketing, 2) Meningkatnya pendapatan Mitra Binaan dengan menerapkan aplikasi Tobel. Jika kedua tujuan ini tercapai ada manfaat yang dapat diperoleh masyarakat yaitu, 1) Terciptanya kemandirian dalam berwirausaha yang berkelanjutan. 2) Peningkatan perputaran ekonomi masyarakat yang ada di daerah tersebut.

METODE

Kegiatan ini diawali dengan survey lapangan dan melakukan wawancara dengan mitra dan sebagai narasumber adalah ketua PKH masyarakat Desa Bontosunggu. pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 7 September 2023 di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. Peserta Pelatihan berasal dari masyarakat setempat yang tergabung dalam PKH Desa Bontosunggu. Masyarakat yang mengikuti pelatihan terdiri dari 23 orang.

Metode pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah metode Community Development, yaitu proses Pembangunan yang berkesinambungan artinya kegiatan yang dilakukan secara terorganisir dan dilaksanakan tahap demi tahap dimulai dari tahap permulaan sampai pada tahap kegiatan tidak lanjut dan evaluasi (Kamil et al., 2022). Adapun rangkaian dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut.

1. Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan pada awal kegiatan pengabdian, berupa pemberian informasi kepada mitra/masyarakat tentang kegiatan PKM yang akan dilakukan, tujuan kegiatan, tahapan pelaksanaan kegiatan, dan jadwal pelaksanaan kegiatan berdasarkan kesepakatan antara tim pengusul dengan mitra (Ujianti et al., 2022). Dengan sosialisasi diharapkan mitra memahami kegiatan PKM yang akan dilakukan dan termotivasi untuk melaksanakan setiap program kerja yang telah disepakati dengan penuh semangat, ikhlas, atau tidak terpaksa demi terwujudnya tujuan kegiatan ini yaitu mengoptimalkan Penerapan Digital marketing melalui e-commerce Tobel pada Desa Bonto Sungguh Kecamatan Bajeng Kab. Gowa Sulawesi Selatan.

2. Pelatihan dan Pendampingan

- a. Mengelola Aplikasi Tobel berbasis Android
 - 1) Melakukan dengan cara, edukasi untuk masyarakat agar lebih paham

- penggunaan Aplikasi Tobel berbasis Android.
- 2) Melakukan manajemen pengelolaan dalam hal mendesain produk atau foto produk, sehingga tampak lebih menarik dan elegan.
 - b. Pemanfaatan Aplikasi Tobel guna meningkatkan ekonomi warga masyarakat Desa Bonto Sungguh Kecamatan Bajeng Kab. Gowa Sulawesi Selatan. Kegiatan ini dimulai dengan melakukan sosialisasi tentang fitur-fitur yang berada dalam Aplikasi Tobel agar mahir dalam penggunaan nantinya sehingga warga masyarakat dapat mengolah sendiri dan menjualnya secara mandiri melalui Platform Aplikasi Tobel Berbasis Android.
 - c. Pemanfaatan Teknologi untuk Strategi promosi dan pemasaran Produk. Dalam kegiatan ini diawali dengan sosialisasi tentang teknologi yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran, memberikan sosialisasi tentang Integrated Marketing Communication, hingga pendampingan bagi warga dalam memanfaatkan media sosial sebagai salah satu tempat promosi dan pemasaran produk Kanrejawa Putu Cangkir.

3. Tahap Evaluasi

- a. Evaluasi pengelolaan dan manajemen Tobel Berbasis Android. Dalam kegiatan ini, secara rutin tim akan melakukan evaluasi kepada kelompok PKM pada UMKM Kanrejawa Putu Cangkir.
- b. Evaluasi pelaksanaan kegiatan Manajemen Tobel Khususnya dalam Pemasaran Online. Kegiatan evaluasi Pemasaran dilakukan secara periodic untuk mengetahui kegiatan Manajemen Tobel sesuai dengan target atau belum, jika belum akan dilakukan pendampingan agar sesuai dengan harapan.

- c. Evaluasi pemasaran Tobel Berbasis Android.
- d. Dalam evaluasi pemasaran Tobel Berbasis Android, tim pengabdian akan melakukan kesesuaian Integrated Marketing Communication dengan yang dilakukan oleh kelompok PKM, saat dilakukan evaluasi akan dicatat kendala-kendala yang terjadi pada saat melakukan promosi. Dalam branding produk ini diharapkan dapat menjadi salah satu kekhasan produk UMKM Kandre Jawa Putu cangkir menjadi lebih dikenal masyarakat luas. Khususnya desa Bonto Sungguh Kecamatan Bajeng Kab. Gowa Sulawesi Selatan

Solusi yang ditawarkan adalah Pemanfaatan digital marketing melalui digital marketing dalam pemasaran produk UMKM lokal Kanrejawa Putu cangkir yang berada di desa Bontosunggu yang sebelumnya dikelola dengan cara pemasaran konvensional akan berubah menjadi pemasaran berbasis digital marketing melalui Pemanfaatan aplikasi Tobel dan belajar bagaimana cara mendesain tampilan menarik dan elegan pada produk UMKM menjadi daya Tarik tersendiri untuk menumbuhkan minat pelanggan /konsumen dalam membeli produk UMKM lokal di desa tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi

Sosialisasi yang dilakukan pada kegiatan Pelatihan Pendampingan *Digital marketing* melalui *e-commerce* Tobel kepada masyarakat Desa Bontosunggu yang sejalan pada Pengabdian Kepada Masyarakat tahun 2023 dengan mengangkat tema “Optimalisasi Penerapan *Digital marketing* melalui *e-commerce* Tobel Desa Bonto Sungguh Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. Kegiatan ini disambut baik oleh jajaran pemerintahan Desa Bontosunggu dan peserta para. Sebelum diadakan pelatihan, tim

mengabdi mempersiapkan tempat, fasilitas proyektor LCD, konsumsi dan MMT Background. Pelatihan ini diikuti oleh 23 orang yang dari jenis usaha yang berbeda yang bergerak di bidang usaha kuliner makanan, minuman, pakaian.

2. Tahap Implementasi

Tahap implementasi pelatihan ini diawali dengan sambutan wakil dekan Fakultas Ekonomi Universitas Patempo, dilanjutkan dengan sambutan kepala desa Bontosunggu. Kemudian sambutan oleh ketua tim pengabdi yang mengatakan bahwa pelatihan *digital marketing* dapat membantu masyarakat untuk mengembangkan usahanya melalui aplikasi *e-commerce* Tobel agar dapat menjangkau pembeli yang lebih jauh.



Gambar 2. Sambutan Ketua Tim Pengabdi
(Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)

Kegiatan *digital marketing* dilaksanakan dua pemateri, materi pertama disampaikan langsung oleh ketua tim pengabdi dengan materi Tampilan Produk dan Digitalisasi. Materi kedua dari bapak Diki Darmawan, S.IP dengan materi *E-commerce* Marketplace Tobel Toko Beli dimulai dari pengenalan aplikasi hingga tata cara mengunduh dan penggunaan aplikasi Tobel. Hasil pengamatan oleh tim pengabdi menemukan bahwa minimnya pengetahuan peserta mengenai *digital marketing*, minimnya fasilitas jaringan internet ditempat usaha dan masyarakat cenderung memasarkan produknya secara konvensional. Adapun materi yang disampaikan sebagai berikut.

- a. Tampilan produk dan Digitalisasi. Pemaparan materi pertama oleh ketua tim pengabdi, Andi Sawe Ri Esso, S.E., M.Si. membahas memahami tentang tampilan

produk yang mana perlu diperhatikan dari aspek visual, desain produk, persepsi kualitas, distinguishing feature, pemasaran, kemasan, kontinuitas merek, dan kepuasan pelanggan. Pada materi digitalisasi pemateri menjelaskan terkait pentingnya *digital marketing*, kelebihan *digital marketing*, dan perbedaan penjualan secara konvensional dan digital.



Gambar 3. Pemaparan Oleh ketua tim pengabdi

(Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)

- b. Pengenalan *e-commerce* marketplace Tobel Toko Beli yang merupakan pemateri kedua oleh bapak Diki Darmawan, S.IP. mulanya menjelaskan awal munculnya aplikasi Tobel untuk memberikan kemudahan perbelanjaan kebutuhan masyarakat berbasis aplikasi sebagai kolaborasi pengembangan ekonomi lokal di era digital. Aplikasi Tobel ini dapat menjangkau daerah seluruh indonesia UMKM pedesaan dan perkotaan. Tobel sendiri merupakan karya anak bangsa yang diluncurkan pada 23 Juni 2023. Mudah digunakan serta memberikan promo yang besar sebagai kelebihan dari aplikasi ini. Aplikasi Tobel dapat diunduh melalui *playstore*, kemudian membuat akun untuk mendaftar sebagai penjual atau pembeli.



Gambar 4. Pemaparan Materi oleh Bapak Diki Darmawan S.IP

(Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)

- c. Selanjutnya sesi tanya jawab. Peserta dipersilahkan untuk memberikan pertanyaan kepada kedua pemateri untuk mengetahui apa yang belum jelas tersampaikan.



Gambar 5. Sesi tanya jawab

(Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)

- d. Pendampingan dan pelatihan kepada peserta dalam mengoperasikan aplikasi Tobel yang dibimbing langsung oleh bapak Diki Darmawan.



Gambar 6. Pendampingan mengoperasikan aplikasi Tobel

(Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi hasil pelaksanaan kegiatan ini untuk menunjukkan penerapan *digital marketing* melalui *e-commerce* Tobel Toko Beli di Desa Bontosunggu yang dapat memberikan dampak pada pengembangan ekonomi dan kualitas hidup masyarakat. Upaya terus-menerus diperlukan untuk memastikan berkelanjutan dan pertumbuhan yang berkesinambungan dalam proyek ini.

Sebelum pelaksanaan program, terlihat bahwa tingkat pengetahuan mengenai *digital marketing* di kalangan peserta sangat minim. Masyarakat Desa Bontosunggu, Kecamatan Bajeng, ternyata belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai strategi pemasaran digital yang efektif.

Seiring berjalannya kegiatan pengabdian, peserta secara bertahap mulai mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang *digital marketing*. Mereka diberikan pelatihan yang komprehensif mengenai konsep-konsep dasar, alat, dan teknik yang digunakan dalam pemasaran digital. Para peserta juga diajarkan cara menggunakan *e-commerce* Tobel Toko Beli dengan baik dan efisien.

Pengetahuan tentang *digital marketing* dan penggunaan *e-commerce* akan meningkat, yang pada akhirnya akan membantu meningkatkan pemasaran dan penjualan produk lokal. Program ini membuka peluang baru bagi ekonomi lokal dan memungkinkan masyarakat untuk bersaing dalam dunia bisnis yang semakin digital (Fithri et al., 2017).

SIMPULAN

Penerapan digital marketing melalui *e-commerce* menggunakan aplikasi Tobel (Toko Beli) memiliki potensi besar untuk meningkatkan visibilitas, penjualan, dan kepuasan pelanggan. Dalam upaya ini, digital marketing melalui *e-commerce* memainkan peran kunci dalam menghubungkan bisnis dengan pelanggan secara efektif. Dalam pelatihan penggunaan aplikasi Tobel, ditemukan bahwa literasi digital menjadi faktor penting dalam kesuksesan *e-commerce*. Masyarakat perlu memahami dasar-dasar teknologi dan penggunaan aplikasi secara efektif. Melalui aplikasi Tobel, pelatihan telah memperlihatkan bahwa strategi pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial, iklan online, dan kampanye email, dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan..

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima kasih kepada aparat desa Bontosunggu, peserta kegiatan pengabdian masyarakat, Wakil Dekan Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Patempo, yang turut mensukseskan terlaksananya kegiatan pelatihan digital marketing melalui e-commerce Tobel ini. Semoga pelatihan ini dapat bermanfaat bagi pelaku UMKM masyarakat Bontosunggu untuk memahami sistem marketing secara digital dan mampu mengembangkan usahanya, tidak hanya di sekitarnya saja tapi dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Fithri, D. L., Utomo, A. P., & Nugraha, F. (2017). Pemanfaatan E-Commerce Populer Populer Untuk Optimalisasi Pemasaran Produk Pada Kube Bordir Kurnia Desa Demangan Kudus. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 819. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1622>
- Hartana. (2022). Pengembangan Usaha UMKM di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(3), 1–24.
- Harto, B., & Komalasari, R. (2020). Optimalisasi Platform Online Internet Marketing Untuk Sme Little Rose Bandung. *Empowerment in the Community*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.31543/ecj.v1i1.357>
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526.
- Sugianto, N., & Utama, F. P. (2021). E-Commerce Untuk Optimalisasi Pemasaran Produk Di Era Digital Bagi Usaha Mikro Kelompok Tani Pangestu Rakyat Desa Barumanis Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(1), 14. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v27i1.236>
- Suranto, S., Efita Sari, D., Narimo, S., Ulfatun, T., Hadi Mustofa, R., Suwandi, J., Fahmi Johan Syah, M., Jatmika, S., Nur Wahyudi, T., Chairil Asmawan, M., Annang Setiyawan, Y., & Azhar Hendawan, H. (2022). Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah Di Desa Kingkang, Kabupaten Klaten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 123–136. <http://ejurnal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/J-ABDIPAMAS>
- Ujianti, R. M. D., Muflihati, I., & Nada, N. Q. (2022). Online marketing assistance with e-commerce at UKM Athaya Kitchen Semarang. *Community Empowerment*, 7(9), 1538–1542. <https://doi.org/10.31603/ce.7750>