

# Tingkatkan Ekonomi Rakyat Melalui *E-Commerce* Sebagai Strategi Marketing Digital Era 5.0 di Kelurahan Curug Manis Kota Serang

Arfian Suryasuciramdhan<sup>1</sup>, Meiby Zulfikar<sup>2</sup>, Achmad Nashrudin<sup>3</sup>, Cecep Abdul Hakim<sup>4</sup>, Ibrohim<sup>5</sup>, Saepudin<sup>6</sup>, Ulfi Jefri<sup>7</sup>, Dias Suminta Suria Putra<sup>8</sup>, Dian<sup>9</sup>, Teguh Setiawan Imam Santoso<sup>10</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Bina Bangsa, <sup>6,7,8,9,10</sup> Akademi Televisi Indonesia

\*Corresponding author

E-mail: [meibyzulfikar1@gmail.com](mailto:meibyzulfikar1@gmail.com)

## Article History:

Received: Mei, 2024

Revised: Mei, 2024

Accepted: Mei, 2024

**Abstrak:** Dalam era digitalisasi kini strategi pemasaran harus menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi sehingga dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen kompleks. Dengan perkembangan pesat teknologi saat ini, penggunaan internet semakin meningkat, yang berdampak pada bisnis yang berkaitan dengan pemasaran. Daerah Kelurahan Curug Manis Kota Serang memiliki masalah yang masih sulit untuk ditangani, seperti masalah pemasaran produk. Selain itu, munculnya masalah yang sering ditemui pelaku UMKM, mereka tidak memiliki modal yang cukup, dan mereka masih menggunakan metode pemasaran dan manajemen konvensional. (1) Meningkatkan Nilai ekonomi Kelurahan curug manis, sangat penting untuk melakukan pelatihan strategi marketing digital dalam meningkatkan penjualan produk (2) Penelitian dilakukan di Kelurahan Curug Manis Kota Serang, Provinsi Banten; (3) Kegiatan ini menggunakan metode marketing digital 5.0 dengan metode penjualan melalui e-commerce (4) Secara keseluruhan, sasaran kepada pelaku UMKM mengatakan bahwa kegiatan sosialisasi dan pelatihan mendalam meningkatkan penjualan melalui e-commerce sebagai strategi marketing digital era 5.0 di Kelurahan Curug Manis Kota Serang sangat bermanfaat dalam cost pemasaran terutama dalam hal mendapatkan pelanggan baru, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan yang lebih dengan pelanggan melalui e-commerce, yang berarti bahwa kegiatan ini sudah dapat dikatakan tepat sasaran dan efektif untuk dilaksanakan.

## Kata Kunci:

*E-Commerce, Strategi Marketing Digital, Kelurahan*

## Pendahuluan

Pemasaran digital dapat membantu usaha kecil seperti mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta startup baru yang belum banyak diketahui masyarakat. Pelaku bisnis dapat menyediakan konsumen dengan informasi lengkap tentang produk dan jasa yang dipromosikan melalui pemasaran digital. Jadi, untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan penjualan, diperlukan strategi pemasaran digital yang baik. UMKM dapat menggunakan berbagai jenis pemasaran digital, seperti media sosial, e-commerce, website, dan media lainnya, untuk mempromosikan produknya sebaik mungkin kepada pelanggan. Strategi pemasaran digital dapat mengurangi biaya pemasaran. Mereka harus lebih mengoptimalkan pemasaran digital mereka dengan menggunakan berbagai platform digital, bukan hanya satu atau dua (Sentoso, 2023).

Selain itu, (Sholihah, 2021) menyatakan bahwa industri kompetitif, dan tingkat bisnis e-commerce yang semakin kompleks dan mempertahankan konsumen. Dalam bisnis e-commerce kualitas produk dan pelayanan tidak sepenuhnya bergantung dalam perputaran ekonomi, melainkan keterampilan untuk mengetahui dan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Pemasaran digital pada dasarnya adalah penggunaan berbagai platform dalam media, seperti internet, radio, dan televisi, yang menyajikan infografis tentang produk yang dijual. Pemasaran digital memiliki kemampuan untuk menjangkau setiap orang kapan pun dan dengan cara apa pun.



Gambar 1. Peta Lokasi Kelurahan Curug Manis Kota Serang

Dengan kebaharuan teknologi dalam meningkat di bidang bisnis bagi pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi platform media digital untuk menjadi alat

pemasaran dan menginformasikan suatu produk mereka kepada masa. Penggunaan media digital yang tepat dapat menawarkan kemudahan dan keuntungan bagi UMKM, terutama dalam bidang pemasaran. Pemasaran berbasis teknologi adalah bukti nyata bahwa ekonomi Indonesia sedang mengalami kebangkitan. Dunia digital dan bisnis menjadi bagian penting dari aktivitas manusia karena membuat hidup lebih mudah bagi manusia. Dianggap dapat membantu pembeli dan penjual, itu mirip dengan transaksi jual beli. Penjual yang memiliki akses ke pasar yang lebih luas, sedangkan pelanggan yang memiliki kemampuan untuk membandingkan harga dengan penjual lain Akibatnya, digital marketing sangat penting (Taufikurrahman, 2023).

Daerah Kelurahan Curug Manis Kota Serang memiliki masalah yang masih sulit untuk ditangani, seperti masalah pemasaran produk. Selain itu, Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh UMKM adalah mereka tidak memiliki modal yang cukup, dan mereka masih menggunakan metode pemasaran dan manajemen konvensional. Revolusi internet dan platform penunjang (social media) banyak mengalami perubahan pemasaran dan perilaku konsumen. Akibatnya, untuk meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat Kelurahan Curug Manis, sangat penting untuk melakukan pelatihan strategi marketing digital dalam meningkatkan penjualan produk. Jika bisnis tidak menggunakan digital marketing, Mereka mungkin tidak memiliki tujuan yang jelas untuk dilakukan. Mereka tidak mengerti tujuan apa yang ingin dicapai bisnis dengan menggunakan pemasaran online, terutama dalam hal mendapatkan konsumen baru, peningkatan, dan relasi yang lebih kuat dengan pelanggan platform e-commerce. Kita tidak akan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memberikan arah yang jelas untuk pertumbuhan usaha rakyat dalam hal ini merupakan usaha mikro kecil dan menengah bagi masyarakat Kelurahan Curug Manis Kota Serang, jika tidak dikembangkan secara digital. Peluang usaha kecil dan menengah membutuhkan suatu terobosan untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi dengan menerapkan konsep pemasaran berbasis digital marketing. Untuk mendapatkan keuntungan maksimal, pelaku UMKM bekerja sama dengan media promosi dan distribusi digital.

## **Metode**

Metode pelaksanaan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang dialami mitra dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu:

1. Koordinasi dengan Mitra: Pada tahap pertama, tim PKM bertemu dengan

mitra untuk membahas masalah yang dihadapi mitra, solusi yang dapat diberikan tim PKM, kebutuhan pelatihan, dan jadwal pelaksanaan pelatihan.

2. Pertemuan tim PKM diadakan untuk menyusun materi untuk tahap kedua pelatihan.
3. Tahap Kegiatan Inti: Pelaksanaan Pelatihan Meningkatkan Penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dengan Menggunakan E-Commerce Sebagai Strategi Marketing Digital Era 5.0 Di Kelurahan Curug Manis Kota Serang.
4. Pendampingan dan Review Hasil Pendampingan dilakukan oleh Tim PKM terkait Strategi Marketing Digital.
5. Evaluasi dan Refleksi: Pada langkah terakhir, pertemuan dilakukan dengan perwakilan mitra untuk mengevaluasi hasil kegiatan Sosialisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sudah dilakukan. Selain itu, angket yang diberikan kepada peserta pelatihan juga diberikan.

Obyek pendampingan ditujukan kepada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kelurahan Curug Manis Kota Serang. Dalam usaha untuk ketercapaian program, pelatihan ini dilakukan secara offline dan diikuti oleh 20 peserta. Pelatihan dilakukan pada bulan Agustus 2023 dengan Narasumber yang berasal dari Dosen yang terlibat dalam pengabdian dan melibatkan 14 mahasiswa kelompok KKM 04 Kelurahan Curug Manis, Universitas Bina Bangsa.

## **Hasil**

Pada tahap awal pelatihan meningkatkan penjualan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui E-Commerce Sebagai Strategi Marketing Digital Era 5.0 dilaksanakan. Tim PKM bekerja sama dengan mitra, kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjual emping, tahu, tempe, dan perangkat Kelurahan, untuk mendiskusikan masalah yang dihadapi mitra dan merencanakan solusi untuk tim PKM. Dalam tahapan ini juga disepakati jadwal pelaksanaan pelatihan dilaksanakan secara offline di Posko KKM Kelompok 04 Kelurahan Curug Manis Kota Serang.



Gambar 2. Persiapan dan Koordinasi dengan Perangkat Kelurahan

### **Penyusunan Materi Latihan**

Tahap kedua adalah membuat materi pelatihan. Setelah mengetahui kebutuhan mitra dan menetapkan jadwal pelaksanaan PKM, tim anggota PKM berkumpul untuk berkoordinasi dan menyusun materi sesuai dengan kebutuhan mitra. Pada tahap ini, koordinasi berhasil dilakukan dengan baik dan lancar, semua materi telah disusun dalam PowerPoint. Materi yang tersusun termasuk perkembangan pemasaran digital di era 5.0, pengembangan strategi pemasaran melalui e-commerce dari beberapa platform.

### **Pelatihan Meningkatkan Penjualan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui E-Commerce**

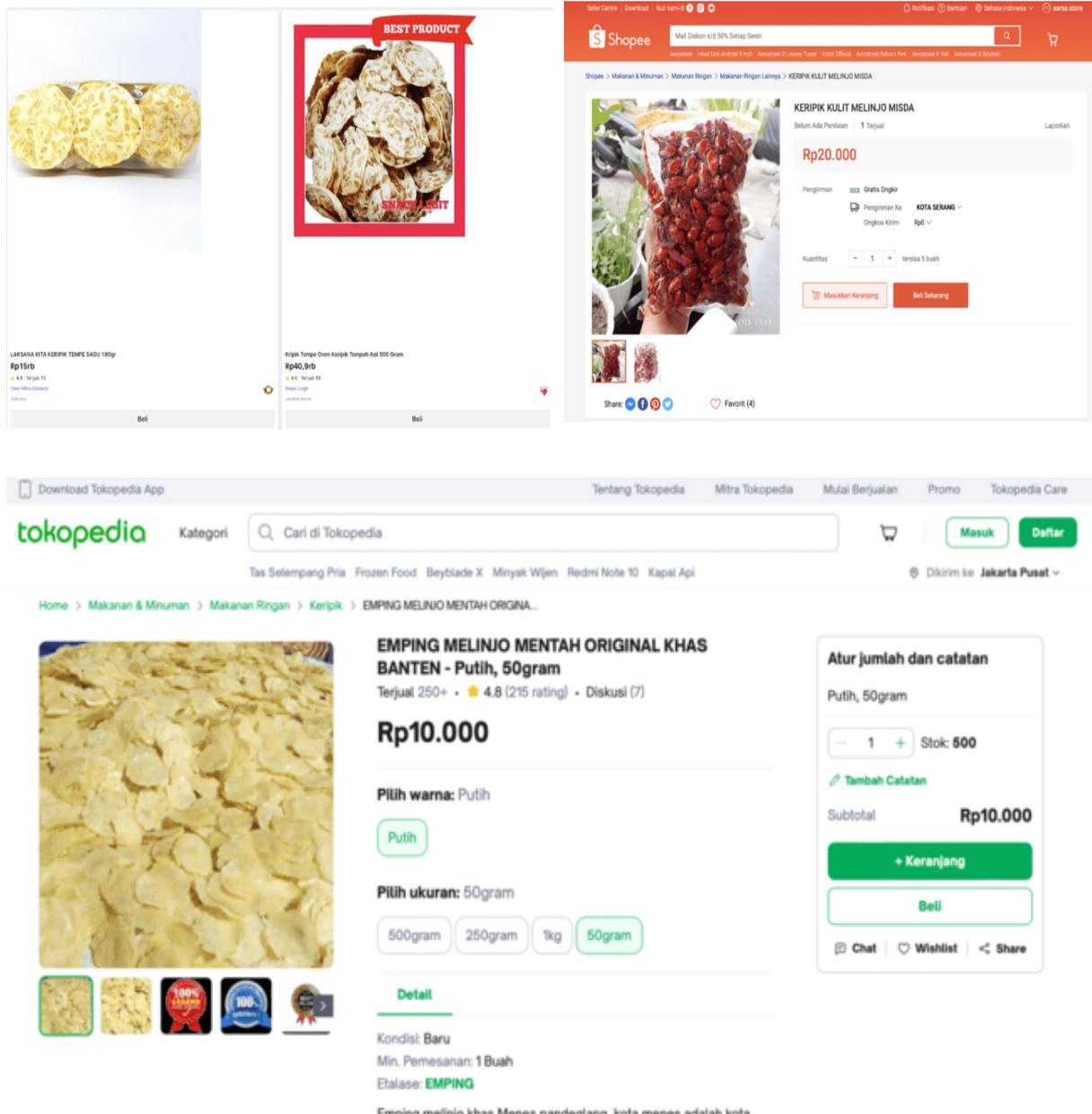
Tim PKM melaksanakan tahap ketiga kegiatan dengan memberikan pelatihan kepada peserta dari kelompok usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Kelurahan Curug Manis Kota Serang. Pelatihan dimulai pada tanggal 23 Agustus 2023 dan diikuti oleh 20 peserta dari kelompok usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Kelurahan Curug Manis Kota Serang. Materi yang diberikan oleh narasumber kepada peserta: 1) Perubahan dalam pemasaran digital di era 5.0, 2) Promosi melalui e-commerce Shopee, Tokopedia dan Bukalapak, dan 3) Strategi pemasaran melalui Shopee, Tokopedia dan Bukalapak. Kegiatan pelatihan berjalan dengan baik dan lancar. Ketua kelompok KKM 04 juga hadir.



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)

### **Pendampingan Pendaftaran ke E-Commerce**

Pada tahap keempat, Tim PKM dan kelompok KKM 04 memberikan pendampingan untuk mengikuti tahapan-tahapan registrasi pembuatan akun di platform sebagai e-commerce atau marketplace seperti platform Shopee, Tokopedia dan Bukalapak. Di sini, para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Kelurahan Curug Manis Kota Serang diharapkan banyak memasarkan produk yang dijual di e-commerce agar meningkatkan penjualan produk di pasaran. Selama pelaksanaannya, kegiatan menjadi lebih interaktif dengan diskusi antara peserta dan pendamping karena peserta terlibat dalam pembuatan akun di e-commerce. Ia berharap setelah adanya kunjungan dari tim pendamping dan mahasiswa Kelompok 04 KKM UNIBA ini nantinya bisa membantu kelancaran proses usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) tempa dari pembuatan hingga pemasaran produk melalui e-commerce seperti Shopee, Tokopedia dan Bukalapak. Para pelaku UMKM Kelurahan Curug Manis Kota Serang diberikan pelatihan dan belajar mendaftarkan ke e-commerce secara online dengan didampingi oleh para mahasiswa kelompok KKM 04.



Gambar 5. Produk di E-Commerce

### Evaluasi

Tahap kelima yang merupakan tahap akhir dari kegiatan PKM ini adalah evaluasi. Selama minggu pertama, masyarakat sasaran telah memahami cara pemasaran digital program berjalan lancar dan tanpa masalah. Hasil evaluasi minggu kedua menunjukkan hal-hal berikut:

1. Secara keseluruhan, sasaran kepada pelaku UMKM mengatakan bahwa kegiatan sosialisasi dan pelatihan mendalam meningkatkan penjualan

melalui e-commerce sebagai strategi marketing digital era 5.0 di Kelurahan Curug Manis Kota Serang sangat bermanfaat dalam cost pemasaran terutama dalam hal mendapatkan pelanggan baru, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan yang lebih dengan pelanggan melalui e-commerce, yang berarti bahwa kegiatan ini sudah dapat dikatakan tepat sasaran dan efektif untuk dilaksanakan.

2. Berdasarkan hasil evaluasi, tingkat pengetahuan masyarakat sasaran tentang e-commerce setelah mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan meningkatkan penjualan melalui e-commerce sebagai strategi marketing digital era 5.0 di Kelurahan Curug Manis Kota Serang ini cukup baik dan memuaskan.
3. Usaha masyarakat untuk mendapatkan pengetahuan tentang marketing digital dan bagaimana menggunakannya pada e-commerce untuk meningkatkan penjualan mereka sangat antusias.

Berdasarkan hasil evaluasi, masyarakat sasaran telah mempelajari cara menggunakan akun Instagram dan membuat konten promosi untuk hasil pelatihan di minggu kedua. Mereka juga telah mempelajari cara menggunakan aplikasi Canva untuk membuat logo bisnis. Program utama tiga minggu berhasil, dan komunitas sasaran senang mengikuti kegiatan.



Gambar 6. Perangkat Kelurahan Curug Manis, Tim PKM, dan Kelompok UMKM Kelurahan Curug Manis Kota Serang

## Kesimpulan

Dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sudah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan PKM ini berjalan sesuai dengan rencana karena mendapatkan dukungan dari perangkat Kelurahan dan didukung oleh kelompok usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Kelurahan Curug Manis Kota Serang.
2. Peserta pelatihan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bisnis online, khususnya tentang pemasaran di e-commerce Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.
3. Peserta mampu memperoleh pemahaman dan kemampuan untuk menerapkan strategi pemasaran online yang tepat, terarah, dan modern.

Hasil evaluasi menunjukkan beberapa rekomendasi:

1. Sangat penting bagi pelaku usaha rumahan dalam hal ini UMKM yang berlokasi di Kelurahan Curug Manis Kota Serang untuk belajar menggunakan e-commerce sebagai alat pemasaran sehari-hari dalam meningkatkan penjualan.
2. Diharapkan bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Kelurahan Curug Manis Kota Serang akan menerima bantuan dari kegiatan lanjutan seperti pelatihan dan workshop secara teratur.

## Daftar Referensi

- Adya Utami Syukri. 2022. *Digital marketing* dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>.  
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/10207>.
- Antony Sentoso, dkk. 2023. Analisis Pemasaran Digital yang Efektif pada UMKM Tyflorist.id. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2.4678>.  
<https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2.4678>.
- Hakim, C. A. ., Saepudin, S., Zulfikar, M. ., Putriauliah, I. ., & Utami, W. . (2023). Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan Ikan Teri, Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Pulo Panjang Melalui Produksi Umkm Peyek Teri. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 116–122.  
<https://doi.org/10.55883/jipam.v2i2.64>
- Heru Saputra, dkk. 2023. E-Commerce Pada Pasar Kerajinan Seni UMKM Batung Taba, Padang Sumatera Barat. <http://dx.doi.org/10.58222/smart.v2i1.199>.

<https://journal.bengkuluinstitute.com/index.php/smart>.

Nugrah Leksono Putri Handayani. 2022. E-Commerce Sebagai Penunjang Ekonomi Digital di Jawa Tengah. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v2i1.103>.  
<https://journal.sinov.id/index.php/jurimbik/article/view/103>.

Refi Aulia, dkk. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Digital yang Efektif dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri E-commerce. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.12086>.<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/12086>.

Riska Utami, dkk. 2023. STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM). DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.663>.<https://journal.admi.or.id/index.php/JAMAN/article/view/663>.

Septyan Budy Cahya, dkk. 2024. Pelatihan *Social Media Marketing* Bagi UKM Petani Bunga Kelurahan Sidomulyo Kota Batu. <https://doi.org/10.30736/jab.v7i1.583>.  
<https://pemas.unisla.ac.id/index.php/JAB/article/view/583>.

Taufikurrahman, dkk. 2023. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING PADA UMKM KELURAHAN TEGALREJO, KABUPATEN PROBOLINGGO. <https://doi.org/10.62668/attariiz.v2i02.605>.<https://azramediaindonesia.com/index.php/attariiz/article/view/605>.

Ummy Kalsum, dkk. 2022. STRATEGI PEMASARAN UMKM BERBASIS DIGITAL MARKETING DI KELURAHAN KALANGGUNUNG CIPEUCANG PANDEGLANG – BANTEN. <https://doi.org/10.46306/jabb.v3i1.132>.<https://jabb.lppmbinabangsa.id/index.php/jabb/article/view/132>.