


Online marketing assistance with e-commerce at UKM Athaya Kitchen Semarang

Rizky Muliani Dwi Ujjianti✉, Iffah Muflihati, Noora Qotrunda
Universitas PGRI Semarang, Semarang, Indonesia

✉ rizkymuliani@upgris.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.7750>

Abstract

Breastfeeding mothers currently need food to facilitate breast milk so that babies get good nutrition and prevent stunting. The partner of this PKM activity is UKM Athaya Kitchen. To market their products sustainably, partners need e-commerce. This PKM program is carried out at UKM Athaya Kitchen by developing e-commerce, training, and mentoring in selling with e-commerce. The results of this program are the establishment of e-commerce for selling the the milkyflow breastfeeding biscuits, increasing the ability and knowledge of partners in using e-commerce. In addition, it can increase their marketing reach to be more comprehensive; more products sold so that the partner's economy will improve.

Keywords: *E-commerce; Breast milk booster; Biscuits; Community partnerships*

Pendampingan pemasaran online dengan e-commerce di UKM Athaya Kitchen Semarang

Abstrak

Ibu menyusui saat ini memerlukan makanan untuk pelancar ASI, agar bayi mendapatkan nutrisi yang baik dan mencegah stunting. Mitra kegiatan PKM ini adalah UKM Athaya Kitchen. Guna memasarkan produknya secara berkelanjutan mitra memerlukan adanya *e-commerce*. Kegiatan PKM ini dilakukan di UKM Athaya Kitchen dengan cara pembuatan *e-commerce*, pelatihan dan pendampingan dalam berjualan dengan *e-commerce*. Hasil dalam PKM ini adalah terbentuknya *e-commerce* untuk penjualan biskuit pelancar ASI Milkyflow, peningkatan kemampuan dan pengetahuan mitra dalam penggunaan *e-commerce* sehingga dapat meningkatkan jangkauannya menjadi lebih luas, produk yang terjual menjadi lebih banyak sehingga perekonomian mitra menjadi lebih meningkat.

Kata Kunci: *E-commerce; Pelancar ASI; Biskuit; Kemitraan masyarakat*

1. Pendahuluan

Industri pangan di masa sekarang ini mengalami perkembangan dengan cepat. Konsumen memerlukan adanya metode pembelian yang praktis dalam berbelanja makanan, salah satunya dengan metode online/digital menggunakan *e-commerce*. *E-commerce* ini mempunyai beberapa peran penting terutama bagi konsumen yang ingin menggunakannya yaitu: (1) lebih aman melakukan transaksi apalagi pada masa pandemi ini karena penjual dan pembeli tidak langsung bertemu, (2) efisien dalam penggunaan transportasi dan waktu pembelian, (3) menimbulkan kenyamanan bagi konsumen karena dapat lebih cepat dalam proses transaksi karena adanya System *self-*

service, dan (4) adanya teknologi *e-commerce* yang terus dikembangkan (Ayu & Lahmi, 2020). Beberapa keinginan yang diinginkan pelanggan dalam penggunaan *e-commerce* adalah bisa membayar saat barang diterima, dimudahkan dalam melakukan verifikasi data dan pembuatan *e-commerce* (Suleman, 2018). Dilandasi hal tersebut, maka dilakukanlah Program Kemitraan Masyarakat (PKM) untuk UKM Athaya Kitchen.

Mitra kegiatan PKM ini adalah UKM Athaya Kitchen, yang berdiri sejak 2018, dan merupakan salah satu UKM di Kecamatan Genuk, Kota Semarang sekitar Universitas PGRI Semarang. Mitra ini bergerak di bidang ekonomi produktif di bidang pangan dan sudah memiliki 5 karyawan di luar anggota keluarga. Produk unggulan dari mitra adalah “Milkyflow” biskuit pelancar ASI yang diperuntukkan bagi ibu menyusui dan ibu hamil di rentang usia 25-40 tahun.

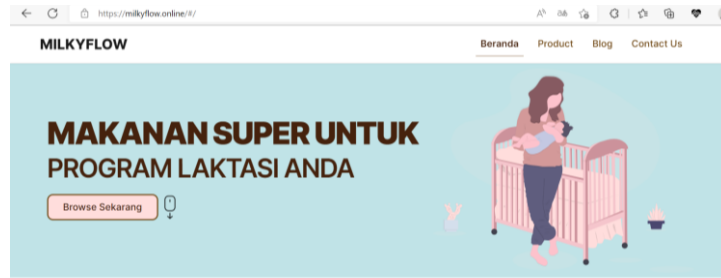
Selama ini mitra belum mempunyai *e-commerce*, masih menggunakan media sosialnya dalam melakukan promosi penjualan, namun hal tersebut belum memberikan keuntungan yang optimal, sehingga dilakukanlah kegiatan PKM ini untuk mengatasi masalah tersebut. Beberapa kegiatan PKM yang telah dilakukan dalam kegiatan digital marketing yaitu: pembuatan toko *e-commerce tokotalk* (Prapdopo et al., 2021), pelatihan pemasaran online dalam pengembangan batik (Dwi et al., 2022), pembuatan aplikasi belanja pada produsen kue kering (Sulistiyowati et al., 2021), pelatihan online marketing bandeng duri lunak menggunakan Shopee, Facebook dan Instagram (Wulandari et al., 2018), *e-commerce* untuk ibu-ibu PKK dan kelompok karang taruna yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai literasi digital dan pengembangan jiwa *technopreneurship* (Latifah et al., 2020), dan beberapa kegiatan ini terbukti sangat membantu mitra maupun masyarakat dalam penggunaan strategi penjualan berbasis online.

2. Metode

Lokasi kegiatan PKM ini adalah: UKM Athaya Kitchen, yang terletak di Kelurahan Bangetayu Kulon, Kecamatan Genuk Kota Semarang. Athaya Kitchen adalah salah satu UKM di Kota Semarang dalam sektor pangan yang merupakan produsen produk biskuit pelancar ASI merek Milkyflow. Kegiatan PKM ini dilakukan dalam tahapan kegiatan, yaitu: (1) survei, (2) identifikasi kebutuhan, (3) pembuatan *e-commerce*, (4) pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi *e-commerce* kepada mitra, dan (5) evaluasi kegiatan. Pendampingan dilakukan secara kontinu, agar mitra dapat menggunakan aplikasi ini dengan lancar. Aplikasi ini sangat mudah digunakan, sehingga dapat segera menggunakan aplikasi ini untuk segera memasarkan secara online produknya.

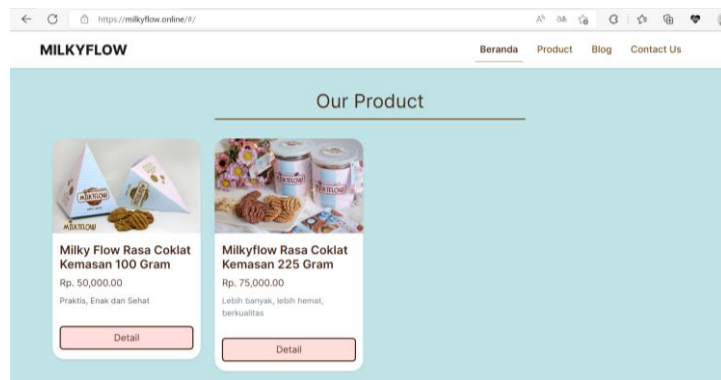
3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM ini menghasilkan aplikasi belanja online yang dapat digunakan mitra dalam menjual produknya secara online. Aplikasi tersebut dapat diakses pada web <https://milkyflow.online/> (Gambar 1). Beberapa fitur yang tersedia berupa tampilan produk yang dijual (Gambar 2) dan menu blog (Gambar 3). Menu blog ditujukan untuk mengedukasi masyarakat sehingga dapat memberikan pengetahuan seputar makanan bergizi, makanan pelancar ASI bagi ibu menyusui, dan pencegahan stunting.

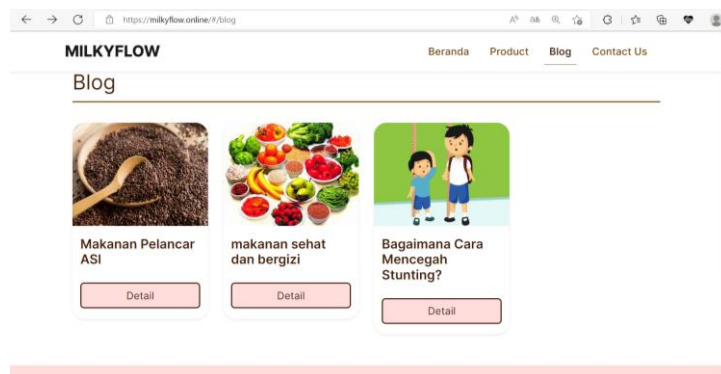


Our Services

Gambar 1. Tampilan web <https://milkyflow.online/>



Gambar 2. Produk biskuit pelancar ASI Milkyflow yang dijual



Gambar 3. Menu blog yang memberikan pengetahuan seputar makanan bergizi dan pencegahan stunting

Adapun rangkaian kegiatan pelatihan *e-commerce* yang dilakukan di Athaya Kitchen (Gambar 4) diawali dengan materi terkait *digital marketing*. Selanjutnya tim mengenalkan analisis pasar dengan menggunakan *Google Trends*. Melalui hal ini, mitra dapat mengetahui daerah mana yang paling banyak mencari melalui *search engine* dengan kata kunci biskuit pelancar ASI dan sejenisnya. Pelatihan dilanjutkan dengan diskusi terkait penggunaan *online marketing* melalui sosial media seperti penggunaan aplikasi Instagram, WhatsApp, Facebook, dan Tiktok. Selain itu dengan menggunakan *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia. Pada sesi terakhir, pemasaran digital dilakukan dengan website *e-commerce* yang dikembangkan oleh tim.

Pelatihan selanjutnya berupa pengelolaan website. Website ini dapat dikelola dengan mengakses halaman admin. Admin dapat menambah informasi terkait akun, produk,

gambar produk, harga produk, menghubungkan ke sosial media. Dan juga mengisi berita di bagian Blog. Isi berita di Blog bisa terkait testimoni ataupun artikel terkait manfaat seputar ASI dan kandungan bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan biskuit pelancar ASI. Setelah pelatihan, dilaksanakan pendampingan sehingga pelatihan menjadi lebih efektif.



Gambar 4. Pelatihan penggunaan *e-commerce* kepada mitra

Hasil dari kegiatan PKM ini adalah terwujudnya pembuatan *e-commerce* bagi mitra, dengan adanya *e-commerce* ini, pengetahuan mitra menjadi meningkat terutama di dalam hal optimasi penggunaan *e-commerce* dalam memasarkan produknya, serta variasi penggunaan online marketing yang sebelumnya menggunakan: Blibli, Shopee dan Tokopedia, sekarang pemasaran juga ditambah menggunakan TikTok. Jangkauan pemasaran produk ini menjadi lebih luas, yang sebelumnya hanya di sekitar Semarang dan Jawa Tengah saja, menjadi lebih meluas yaitu: Bandung, Jabodetabek, Surabaya, Malang dan Bali. Produk yang terjual yang sebelumnya sekitar 100 pcs/bulan mengalami peningkatan 50% menjadi sebanyak 150 pcs/bulan, sehingga keuntungan dari penjualan produk ini meningkat, yang memberikan pengaruh meningkatnya tingkat perekonomian mitra.

4. Kesimpulan

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilakukan dalam bentuk kegiatan pelatihan penggunaan *e-commerce* bagi mitra (UKM Athaya Kitchen) yang menjual biskuit pelancar ASI Milkyflow. Implikasi kegiatan ini pada mitra adalah peningkatan kemampuan mitra dalam menggunakan *e-commerce* untuk mempromosikan produknya secara online, dengan jangkauan pemasaran yang lebih luas, sehingga mitra akan mengalami peningkatan dalam sisi ekonominya.

Daftar Pustaka

- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran *e-commerce* terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Dwi, Y., Agustini, H., Nugroho, A. C., Tjahjadi, B. F., Putri, E., & Puji, W. (2022). Pelatihan Pemasaran Online Sebagai Upaya Pengembangan Batik Gesek Godhong RW6 Kelurahan Tegalsari, Semarang Training on Online Marketing for Supporting Development of the Batik Gesek Godhong in RW6 Kelurahan

- Tegalsari, Semarang. *Jurnal Panrita Abdi*, 6(3), 504-510.
- Latifah, K., Nada, N. Q., & Herlambang, B. A. (2020). PKM E-Commerce bagi Kelompok Karangtaruna dan Ibu-Ibu PKK Desa Tlogo Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang. *JOIN - Jurnal Program Kemitraan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 16-20.
- Prapdopo, Ningsih, A., Lestari, I. D., & Permatasari, A. A. D. (2021). Pelatihan membuat toko online dengan aplikasi TokoTalk di Desa Sidomulyo, Kutai Kartanegara. *Community Empowerment*, 6(12), 2328-2333.
- Suleman, D. (2018). Faktor Penentu Keputusan Konsumen Indonesia Memilih Tempat Belanja Disebuah E-commerce (Theory of Planned Behavior). *Jurnal Doktor Manajemen*, 01(01), 1-9.
- Sulistiyowati, I., Akbar, A., & Latifah, F. N. (2021). Penerapan strategi marketing 4.0 pada produsen kue kering di Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. *Community Empowerment*, 6(12), 2147-2152.
- Wulandari, D., Muflihati, I., & Affandi, A. R. (2018). The Empowerment of UMKM Bandeng Duri Lunak In Semarang By Product Innovation and Online Marketing. *International Conference On Community Service Programme Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas PGRI Semarang, October, 29-33.*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
