

**PENERAPAN TEKNOLOGI PEMASARAN UNTUK MENDORONG TINGKAT  
PENJUALAN UMKM DALAM PENERAPAN PEMASARAN MELALUI MEDIA E-  
COMMERCE SHOPEE&GOFOOD**

**IMPLEMENTATION OF MARKETING TECHNOLOGY TO SUPPORT MSME SALES  
LEVEL IN MARKETING IMPLEMENTATION THROUGH E-COMMERCE SHOPEE &  
GOFOOD MEDIA**

**Ahmad Maulidizen<sup>1</sup>, Erza Sofian<sup>2</sup>, Erin Divas Ari Alawiyah<sup>3</sup>, Fadilla Aliya Nuha<sup>4</sup>, Jasmine  
Pangestu Gilly Putri<sup>5</sup>, Muhammad Mikhail Khalifah Perdana<sup>6\*</sup>, Muhammad Rafi Thoriq<sup>7</sup>**

<sup>1,3,4,5,6,7</sup>Program studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ, Jakarta  
<sup>2</sup>Program studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ, Jakarta

*\*[m.mikhail.k@students.esqbs.ac.id](mailto:m.mikhail.k@students.esqbs.ac.id)*

---

**Article History:**

Received: 27 Juni 2022

Revised: 04 Juli 2022

Accepted: 30 Juli 2022

**Keywords:** *Cafe, MSMEs, Tji  
Liwoeng Coffee, Marketing.*

**Abstract:** *In the history of the Indonesian economy, Small and Medium Enterprises (SMEs) are the largest team of economic actors that can make a significant contribution to the national economy. Therefore, to increase the use of technology that is focused on increasing sales through E-commerce media, our students take part and encourage MSMEs to create workshop programs in the form of procedures for using E-commerce technology. The output of the program is targeted at MSMEs who run businesses, especially cafes so that they can have visionary, creative, and open thinking. Through a cafe business that directly uses its own harvested coffee beans, it can be a lesson to see business opportunities in the future by balancing the existence of current technology.*

---

**Abstrak**

Pada perjalanan sejarah perekonomian Indonesia, Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan tim pelaku ekonomi terbesar yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Maka dari itu untuk meningkatkan penggunaan Teknologi yang difokuskan untuk peningkatan penjualan melalui media *E-commerce* kami mahasiswa ikut berperan dan mendorong UMKM untuk membuat program *workshop* berupa tata cara penggunaan teknologi *E-commerce*. Output dari program yang dijalankan yaitu, ditargetkan untuk para UMKM yang menjalankan bisnis khususnya cafe agar dapat memiliki pemikiran yang visioner, kreatif, dan terbuka. Melalui

bisnis cafe yang langsung menggunakan biji kopi hasil panen sendiri dapat menjadi pembelajaran untuk melihat peluang bisnis di masa mendatang dengan mengimbangi keberadaan teknologi saat ini.

**Kata Kunci:** *Kafe, UMKM, Tji Liwoeng Coffee, dan Pemasaran.*

## PENDAHULUAN

Pada perjalanan sejarah perekonomian Indonesia, Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan tim pelaku ekonomi terbesar yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Selama ini, yang dilakukan UKM pada umumnya berbasis pada sumber daya lokal, tidak bergantung kepada impor. Justru karena berbasis pada sumber daya lokal, maka produk unggulan UKM yang ada di daerah-daerah mempunyai peluang ekspor yang sangat besar karena mempunyai keunikan tersendiri yang mempunyai ciri khas dari produk-produk tersebut.

Peran UKM yang signifikan dan sudah terbukti sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi rakyat tentunya perlu ditingkatkan agar dapat berkembang secara lebih luas dan mempunyai daya saing. Daya saing UKM dapat diwujudkan salah satunya dengan penggunaan Teknologi Informasi (TI) untuk meningkatkan transformasi bisnis, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi, memperluas jaringan pemasaran dan memperluas market share. Peningkatan daya saing UKM ini sangat diperlukan agar UKM mampu bertahan dan bersaing dalam kancah perdagangan global(Maulidizen, Winanto, Safaah, dkk., 2022).

Sebagai salah satu contohnya, jika pelaku usaha memiliki produk sebuah kerajinan tangan yang unik, Mereka bisa menjualnya secara online untuk menjangkau lebih banyak pelanggan seperti contohnya dengan memanfaatkan banyak layanan *marketplace online* seperti; Bukalapak, Shopee dan Tokopedia yang fokus pada layanan jual beli kerajinan tangan.

Maka dari itu untuk meningkatkan penggunaan Teknologi yang difokuskan untuk peningkatan penjualan melalui media *E-commerce* kami mahasiswa ikut berperan dan mendorong UMKM untuk membuat program *workshop* berupa tata cara penggunaan teknologi *E-commerce*. Sehingga diharapkan UMKM dapat segera menangkap peluang tersebut, mempelajari dan mengaplikasikannya ke dalam bisnis yang dijalankan, hingga akhirnya berubah menjadi digital(Maulidizen, Winanto, Indrajaya, dkk., 2022).

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Input**

Pada tahap ini program peningkatan produktivitas akan dilakukan dengan pemilik UMKM. Dalam penelitian ini yang dilakukan, agar diperoleh data yang relevan untuk dibahas lebih lanjut. penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai pengembangan UMKM Melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal pada tim kami.

### **Proses Program Produktivitas Melalui Pemanfaatan Teknologi Edukasi Bisnis**

Tahapan yang akan dilakukan untuk pemanfaatan teknologi edukasi bisnis akan dijalankan bersamaan pada waktu yang telah ditetapkan pada jadwal kegiatan. Adapun tahapan proses program ini yaitu,

1. Pertama, bertanya kepada pemilik bisnis *channel* apa saja yang telah dilakukan pemilik untuk memasarkan produknya
2. Pemilik bisnis diberikan edukasi mengenai teori tentang manfaat memasarkan produk di Gofood dan Shopee Food
3. *Gofood dan Shopee Food pemilik bisnis menyetujui untuk memasarkan produknya di Gofood dan Shopee Food Setelah disetujui kami melakukan pengarahan cara memasukan produknya kedalam Shopee Food dan Gofood*
4. Pemilik bisnis mengikuti arahan kami serta menunggu konfirmasi untuk selanjutnya pemilik cafe bagaimana cara menggunakan Gofood dan Shopee food.

### **Output**

Output dari program yang dijalankan yaitu, ditargetkan untuk para UMKM yang menjalankan bisnis khususnya cafe agar dapat memiliki pemikiran yang visioner, kreatif, dan terbuka. Melalui bisnis cafe yang langsung menggunakan biji kopi hasil panen sendiri dapat menjadi pembelajaran untuk melihat peluang bisnis di masa mendatang dengan mengimbangi keberadaan teknologi saat ini. Dengan program ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan

pemilik UMKM dan memotivasi untuk menjadi penerus generasi yang dapat membuka luas lapangan usaha dan pekerjaan di kemudian hari(Winanto dkk., 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Waktu Pelaksanaan dan Hasil Yang Dicapai

Berjalannya program ini, hasil yang telah tercapai sampai dengan 19 Juni 2022 yaitu, pendaftaran penjualan via *e-commerce* seperti Shopee Food dan Gofood. Pelaksanaan program ini dijalankan oleh tim Pengabdian masyarakat yang bersedia menerima tanggung jawab pada tugas yang tersedia yaitu, yang bertanggung jawab mengurus Shopee Food dan Gofood. Selain itu, program ini juga membentuk kepribadian *team*, memahami bentuk kerjasama tim layaknya organisasi dalam perusahaan. Tanggung jawab yang diberikan pada team diawasi oleh ketua masing-masing divisi, yang memiliki laporan tersendiri kepada mentor. Proses ini berjalan cukup lancar, Tji Liwoeng coffee telah memiliki akun Instagram, email, dan Shopeefood juga GoFood yang masih dalam *maintenane*

### Potensi Keberlanjutan

Pembuatan bisnis cafe ini sudah hampir memasuki tahap penjualan secara *online* dan juga *offline*. Tji Liwoeng cafe juga telah memiliki akun yang dapat mengelola penjualan via *online* yaitu, Instagram @tji.liwoeng.coffee dan Gofood serta Shopeefood. Kegiatan Tji Liwoeng ini telah diikuti dan diketahui oleh Mahasiswa lain yang dapat menjadi potensi keberlanjutan dari program Tji Liwoeng. Pada keberlanjutannya melakukan penjualan secara *continue* sebagai usaha peningkatan untuk menambah *profit*. Sehingga Tji Liwoeng tidak hanya berpusat pada penjualan *offline* saja tetapi sudah memiliki nilai tambah produk dengan menjalankan juga secara *online*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil laporan diatas bisa diambil kesimpulan bahwa dengan *Output* dari program yang dijalankan yaitu, ditargetkan untuk Tji Liwoeng coffee yang menjalankan bisnisnya agar dapat memiliki pemikiran yang visioner, kreatif, dan terbuka. Melalui bisnin cafe yang langsung menggunakan biji kopi hasil panen sendiri dapat

menjadi pembelajaran untuk melihat peluang bisnis di masa mendatang dengan mengimbangi keberadaan teknologi saat ini. Dengan program ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan pemilik UMKM dan memotivasi untuk menjadi penerus generasi yang dapat membuka luas lapangan usaha dan pekerjaan di kemudian hari.

Kelebihan dari Teknologi Pemasaran adalah memberikan potensi yang lebih menonjol terhadap *competitor*. pada sebuah bisnis termasuk bisnis industri kreatif sangat penting dilakukan mengingat telah disebutkan bahwa dengan media *online* perusahaan akan sangat diuntungkan karena tingkat efektifitas dan efisiensi yang dijanjikannya. Maka dari itu dengan adanya project ini kami bisa terlatih untuk lebih professional menghadapi pekerjaan dan juga membangun networking yang luas dengan *client*.

#### DAFTAR REFERENSI

- Anoraga, P. dan Soegiastuti J. 2005. Pengantar Bisnis Modern, Kajian Dasar Manajemen Perusahaan. Pustaka Jaya, Jakarta. Diamond, Stephanie. 2015. The Visual Marketing Revolution. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta. Hisrich, Robert D, Peters, Michael P, dan Sheperd, Dean A. 2008. Kewirausahaan. McGrawHill, Penerbit Salemba Empat, New York.
- Stelzner, M. 2012. How Marketers are Using Social Media to Grow Their Business. (Online) di akses pada tanggal 9 Maret 2022