

## INDUKSI TEKNOLOGI PENJUALAN ONLINE PADA PELANGI RASA KARANGLO POLANHARJO KLATEN

Eko Purwanto<sup>1</sup>, Hanifah Permatasari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Duta Bangsa, Surakarta

\*Email corresponding author: [eko\\_purwanto@udb.ac.id](mailto:eko_purwanto@udb.ac.id)

**Abstrak:** Pengabdian kepada masyarakat yang penulis laksanakan adalah melakukan induksi teknologi penjualan online sebagai strategi penjualan pada Usaha Kecil Menengah Pelangi Rasa Desa Karanglo Polanharjo Klaten. Sistem penjualan yang akan diimplementasikan kepada mitra adalah sistem penjualan online. Tim akan melakukan pelatihan mengenai setrategi pemasaran melalui penjualan online untuk keberlangsungan usaha Usaha Kecil Menengah Pelangi Rasa. Hasil kegiatan ini adalah untuk perluasan tempat pemasaran melalui pemasaran produk melalui internet. Pelaksanaan pengabdian Induksi teknologi penjualan melalui lima tahapan yaitu (1) Kegiatan Penyusunan Materi, (2) Kegiatan Pelaksanaan Pelatihan, (3) Kegiatan persiapan peralatan, Konfigurasi Sistem dan Implementasi Sistem, (4) Kegiatan pendampingan dan (5) Kegiatan monitoring. Kegiatan penyusunan materi akan dikerjakan menyusun modul pelatihan yaitu penggunaan sistem penjualan melalui internet. Kegiatan penyusunan Modul pelatihan serta pembuatan materi presentasi power point sebagai bahan dalam kegiatan pelatihan. Kegiatan pelatihan kepada mitra dengan ccara diskusi serta praktek secara langsung supaya mitra lebih mudah menerma materi dalam kegiatan pelatihan tersebut. Kegiatan pelatihan ini akan difokuskan pada pengetahuan dan pemahaman teknologi sistem penjualan melalui internet sebagai strategi pemasaran penjualan melalui internet. Tahap persiapan peralatan, konfigurasi sistem dan implementasi program pada kegiatan ini tim beserta mitra bersama-sama mempersiapkan peralatan berupa perangkat keras dan perangkat lunak. Konfigurasi sistem akan dilakukan mitra didampingi oleh tim pengabdian. Proses implementasi program yang terdiri dari implementasi sistem penjualan secara online melalui internet kepada mitra. Kegiatan monitoring dalam pengabdian kepada masyarakat kepada mitra dilakukan agar kegiatan ini dapat berkelanjutan. Kegiatan awal monitoring untuk melihat kemanduan mitra dalam mengimplementasikan system penjualan melalui internet. Selanjutnya, kegiatan monitoring kepada mitra dilaksanakan setiap satu bulan sekali untuk melihat dampak implementasi sistem penjualan melalui internet pada mitra Usaha Kecil Menengah Pelangi Rasa.

**Kata Kunci:** induksi; teknologi; penjualan; online

**Abstract:** The community service that the author carries out is inducting online sales technology as a sales strategy at Pelangi Rasa Small and Medium Enterprises, Karanglo Polanharjo Village, Klaten. The sales system that will be implemented for partners is an online sales system. The team will conduct training on marketing strategies through online sales for the sustainability of Pelangi Rasa Small and Medium Enterprises. The result of this activity is to expand marketing locations through product marketing via the Internet. Implementation of the sales technology induction service goes through five stages, namely (1) Material Preparation Activities, (2) Training Implementation Activities, (3) Equipment preparation activities, System Configuration and System Implementation, (4) Mentoring activities and (5) Monitoring activities. Material preparation activities will be carried out to prepare training modules using sales systems via the Internet. Activities include preparing training modules and creating PowerPoint presentation materials for training activities. Training activities for partners involve direct discussion and practice so that partners can more readily accept the material in the training activities. This training activity will focus on knowledge and understanding of internet sales system technology as a marketing strategy for internet sales. In the equipment preparation, system configuration and program implementation stages, the team and partners jointly prepare equipment in the form of hardware and software. Partners, accompanied by the service team, will configure the system. The program implementation consists of an online sales system for partners via the Internet. Monitoring activities in community service to partners are carried out so that this activity can be sustainable. Initial monitoring activities to see partners' progress in implementing an internet sales system. Furthermore, monitoring activities for partners are carried out

once a month to see the impact of implementing the internet sales system on Pelangi Rasa Small and Medium Enterprise partners.

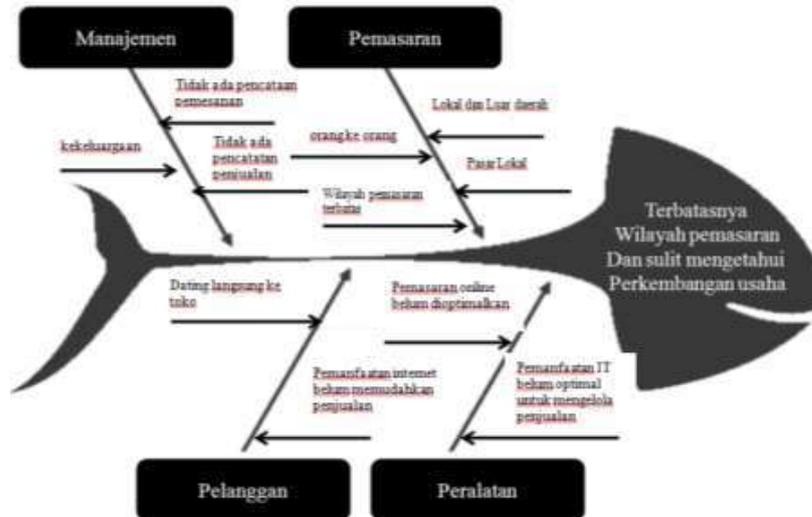
**Keywords:** *Induction, Technology, Sales, Online*

## **Pendahuluan**

Lokasi Usaha Kecil Menengah (UKM) Pelangi Rasa berada di Desa Karanglo kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah. Desa Karanglo berdekatan dengan tempat wisata seperti Umbul Ponggok, Umbul Besuki, Umbul Cokro, Umbul Janti dan Pemancingan Janti. Salah satu produk unggulan UKM Pelangi Rasa adalah Kripik Ikan Patin dan Salmon. UKM Pelangi Rasa juga membuat aneka olahan makanan berbahan dasar ikan. Produk UKM Pelangi Rasa ada berbagai jenis seperti prastel ikan nila, pangsit, dan cipir. Sejak diberlakukan masa pandemic covid 19 pada Tahun 2020 yang lalu tempat wisata menjadi salah satu yang terdampak karena adanya wabah Covid-19. Salah satunya adalah objek wisata umbul ponggok yang ikut terdampak dan ditutup untuk wisatawan. Dengan ditutupnya objek wisata umbul ponggok menjadi salah satu dampak juga bagi UKM Pelangi Rasa dalam omset penjualan produk yang dibuatnya. Dengan penutupan objek wisata umbul ponggok maka menyebabkan tidak adanya wisatawan yang datang ke umbul ponggok sehingga menyebabkan dampak perekonomian warga sekitar umbul ponggok yang menggantungkan penghasilan dari tempat pariwisata umbul ponggok. UKM Pelangi Rasa adalah UKM yang ada di Desa Ponggok yang terdampak dari penutupan objek wisata umbel ponggok tersebut. Metode pemasaran produk yang dilakukan UKM Pelangi Rasa saat ini melalui dipasarkan di tempat pariwisata di sekitar Polanharjo seperti umbul ponggok, umbul besuki, umbul janti dan pemancingan jati. Produk-produk hasil produksi UKM Pelangi Rasa juga dijual di beberapa customer di luar polanharjo seperti kartasura dan Surakarta. UKM Pelangi Rasa dalam memasarkan produk sudah menggunakan media pemasaran secara digital namun belum dilakukan secara maksimal karena keterbatasan teknologi dan kemampuan dari UKM Pelangi Rasa. Manajemen Penjualan yang dilakukan UKM Pelangi Rasa selama ini belum tertata dengan baik serta karena keterbatasan pengetahuan dari UKM Pelangi Rasa dalam mengelola usaha sehingga menyebabkan tidak berkembangnya UKM Pelangi Rasa sebagai UKM yang ada di Polanharjo. Permasalahan yang dihadapi oleh UKM Pelangi Rasa pada masa pandemi covid 19 ini adalah manajemen penjualan pada UKM Pelangi Rasa pada saat ini belum tertata dengan baik serta karena keterbatasan pengetahuan dari UKM Pelangi Rasa dalam mengelola usaha sehingga menyebabkan tidak berkembangnya UKM Pelangi Rasa sebagai UKM yang ada di Polanharjo. UKM Pelangi Rasa belum menerapkan pencatatan pemesanan dan penjualan dengan baik, sehingga mengakibatkan kesulitan dalam melihat data perkembangan pemesanan maupun penjualan produk dalam jangka waktu tertentu, serta kesulitan untuk mengetahui pelanggan siapa saja yang sering membeli produk. UKM Pelangi Rasa belum dapat mengetahui tingkat keberhasilan usaha terutama pada penjualan produk dikarenakan belum dapat mengelola pemesanan dan penjualan produk seccara baik. Kegiatan pengukuran tingkat keberhasilan penjualan produk pada UKM Pelangi Rasa diketahui dari jumlah produksi, akan tetapi belum dapat mengetahui jumlah pelanggan yang melakukan transaksi penjualan. Mitra telah

melakukan pencatatan pemesanan maupun penjualan namun belum melakukan penyimpanan arsip secara benar.

Permasalahan pada UKM Pelangi Rasa disajikan pada analisis seperti gambar 1 berikut :



Gambar 1. Diagram Fishbone Permasalahan mitra

Permasalahan yang dihadapi UKM Pelangi Rasa pada masa pandemi ini adalah dengan tidak dapat melakukan penjualan secara langsung di objek wisata di Polanharjo maka yang dapat dilakukan dengan melakukan penjualan secara online. Keterbatasan teknologi yang dimiliki dan kemampuan untuk memasarkan dan melakukan penjualan secara online oleh UKM Pelangi Rasa dalam memasarkan dan menjual produk secara online menjadi permasalahan bagi UKM Pelangi Rasa dalam upaya menjaga keberlangsungan dari UKM Pelangi Rasa itu sendiri. Kegiatan pemasaran yang dilakukan UKM Pelangi Rasa saat ini yaitu dipasarkan langsung ke objek wisata yang ada di Polanharjo. Kegiatan pemasaran UKM Pelangi Rasa juga melalui media sosial seperti facebook dan whatsapp selain itu juga melalui media komunikasi telepon seluler baik telepon langsung maupun dengan short message service (SMS). Pemasaran melalui media social hanya sebatas mengunggah gambar produk tanpa mencantumkan spesifikasi produk secara detail. Pemasaran tersebut menjadi permasalahan tersendiri yaitu menyulitkan pelanggan dalam mengetahui detail produk aneka olahan makanan berbahan dasar ikan dan melakukan transaksi pembelian barang. Meskipun UKM Pelangi Rasa berada di kawasan wisata Umbul Ponggok Klaten namun peningkatan pendapatan penjualan mitra belum mengalami peningkatan yang berarti. Hal ini disebabkan karena penjualan hanya dilakukan pada tempat wisata Umbul Ponggok Klaten saja. Perlu adanya strategi promosi dan pemasaran dengan daerah jangkauan yang lebih luas untuk dapat meningkatkan pemesanan dan penjualan pada mitra. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh UKM Pelangi rasa masih sederhana tanpa mengintegrasikan beberapa media seperti media sosial, website serta aplikasi smartphone.

Kegiatan pemasaran UKM Pelangi Rasa juga belum menjangkau target promosi dan pemasaran yang lebih luas serta belum ada kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian produk aneka olahan makanan berbahan dasar ikan sehingga promosi, pemasaran dan penjualan dari waktu ke waktu cenderung konstan.

Penjualan secara online merupakan suatu cara yang menguntungkan pada kegiatan transaksi penjualan melalui kegiatan masyarakat yang terbatas (Hanim and Maisyaroh 2021). Pemanfaatan e-commerce dalam penjualan online dapat mempermudah dan mempercepat kegiatan penjualan (Suhliyyah and Nandang 2019). Pemasaran melalui digital marketing dapat dilakukan melalui media sosial seperti facebook telegram maupun e-commerce yang ada (Adinugraha et al. 2021). Adopsi teknologi penjualan online dapat memperluas target pemasaran produk dan pengambilan keputusan pemasaran lebih terinformasi (Aswar et al. 2023). Penjualan online melalui e-marketing dapat mempermudah pelanggan dalam proses transaksi penjualan (Fadly, Suaidah, and Alita 2021). Pemasaran melalui e-marketplace dapat memperbaiki system penjualan secara online (Cinderatama and Dianta 2018). Penggunaan teknologi informasi merupakan cara yang efektif dalam strategi pemasaran produk secara online (Aswar et al. 2023).

## Metode

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan tim pengabdian terdiri dari 1) kegiatan penyusunan materi, 2) kegiatan pelatihan kepada mitra, 3) kegiatan pendampingan kepada mitra dan 4) kegiatan monitoring secara berkala. UKM Pelangi Rasa dan tim pengabdian bersama-sama dalam kegiatan pengabdian ini untuk menggunakan sistem penjualan melalui internet, melakukan *update data*, publikasi produk secara online. Tim pengabdian akan rutin melaksanakan kegiatan pendampingan, kegiatan pemantauan serta melakukan evaluasi untuk memberikan solusi kepada UKM Pelangi Rasa dalam mengatasi permasalahan yang ada terutama pada implementasi sistem penjualan melalui internet dan pemeliharannya.

**Tabel 1.** Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

No	Solusi	Metode Pelaksanaan	Pendekatan
a.	Kegiatan Pelatihan serta pendampingan sistem penjualan dan pemasaran melalui internet yang menggunakan teknologi aplikasi penjualan melalui internet	Kegiatan Pelatihan serta Pendampingan	Kegiatan Pendekatan Konsep-Proses
b.	Kegiatan pelatihan serta pendampingan pemasaran melalui sistem penjualan melalui internet seperti (website, media sosial, video profil dan perangkat smartphome)	Kegiatan Pelatihan serta Pendampingan	Kegiatan Pendekatan Konsep-Proses
c.	Implementasi sistem penjualan dan pemasaran dengan sistem penjualan melalui internet untuk memperluas target pasar serta memberikan kemudahan pelanggan untuk bertransaksi	Kegiatan Pelatihan serta Pendampingan	Kegiatan Pendekatan Project based dan problem solving
d.	Kegiatan implementasi sistem penjualan melalui internet	Kegiatan Pendampingan	Kegiatan Pendekatan Project based dan problem solving

## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam pengabdian kepada masyarakat ini menjadi pendekatan yang sesuai berdasarkan hasil koordinasi dan diskusi tim pengusul dan mitra. Tahap-tahap yang akan dilaksanakan dalam tahap pelatihan dan pendampingan antara lain :

a) Kegiatan penyusunan materi

Modul pelatihan dibutuhkan untuk pelatihan agar kegiatan dapat berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Modul pelatihan terdiri dari modul penggunaan aplikasi penjualan online. Modul pelatihan berisi materi tentang cara menggunakan aplikasi penjualan secara online yang telah disusun oleh tim pengabdian. Materi juga berisi tentang cara memasarkan produk melalui media social dan e-marketplace. Dalam penyusunan materi tim pengabdian mengambil dari berbagai literature dari jurnal dan buku tentang sistem penjualan online, kemudian materi disusun dalam bentuk modul pelatihan yang dapat digunakan sebagai acuan bagi mitra dalam mengikuti pelatihan. Tim pengabdian juga Menyusun materi dalam bentuk power point yang dapat memudahkan tim pengabdian dalam memberikan pelatihan kepada mitra. Materi yang disusun oleh tim pengabdian disediakan dalam bentuk modul dan power point untuk memudahkan tim pengabdian dalam memberikan pelatihan kepada mitra.

b) Pelatihan

Kegiatan pelatihan cara pemasaran produk dengan mengembangkan sistem penjualan melalui internet. Materi dalam kegiatan pelatihan ini sesuai dengan modul yang telah dibuat oleh tim pengabdian. Pelatihan akan dilakukan selama dua hari dengan panjang sesi pelatihan adalah empat jam. Sebelum melakukan kegiatan pelatihan tim pengabdian melakukan diskusi dengan mitra mengenai teknis untuk kegiatan pelatihan. Pelatihan dilakukan dengan menggunakan perangkat smartphone oleh mitra. Kegiatan pelatihan dan pendampingan cara pemasaran dan penjualan melalui internet menggunakan alat bantu sistem penjualan online. Kegiatan pelatihan serta pendampingan pemasaran melalui sistem penjualan online yang terintegrasi dengan website, media sosial, video profil dan perangkat smartphone. Sistem promosi dan pemasaran dengan aplikasi penjualan online yang dapat memperluas target pemasaran serta memudahkan pelanggan dalam bertransaksi dengan menggunakan sistem penjualan online. Bentuk pelatihan yang disampaikan kepada mitra dilakukan oleh tim pengabdian adalah dalam bentuk praktik secara langsung dengan menggunakan perangkat smartphone untuk menjalankan aplikasi penjualan online. Pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian sesuai dengan modul dan materi power point yang sudah disusun dan sudah diberikan kepada mitra. Modul dan materi pelatihan dapat memudahkan tim pengabdian dalam menyampaikan materi dan memudahkan mitra dalam mengikuti pelatihan penggunaan aplikasi penjualan online. Mitra yang mengikuti kegiatan pelatihan penjualan online adalah UKM Pelangi rasa yang diikuti oleh pemilik dan pegawai promosi dari UKM Pelangi rasa. Hasil kegiatan pelatihan ini dapat memberikan pengetahuan dan ketrampilan kepada mitra dalam hal promosi dan penjualan melalui aplikasi penjualan online.



**Gambar 1.** Proses Persiapan Pelatihan dengan mitra

c) Kegiatan Persiapan serta Implementasi Sistem Penjualan Online

Kegiatan persiapan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah tim pengabdian bersama dengan UKM Pelangi Rasa melakukan kegiatan persiapan peralatan dan konfigurasi sistem. Persiapan peralatan menyangkut perangkat lunak (xampp, browser, aplikasi penjualan online, adobe flash, aplikasi penjualan online).

d) Pendampingan

Pendampingan dilakukan kepada mitra untuk untuk implementasi aplikasi penjualan produk kerajinan tangan secara online.



**Gambar 2.** Pendampingan dengan mitra

e) Kegiatan Monitoring

Kegiatan monitoring dilakukan oleh tim pengabdian dengan memonitor tingkat pemutakhiran data yang dilakukan oleh mitra secara online. Kegiatan monitoring juga dilakukan pada implementasi aplikasi penjualan online.



**Gambar 3.** Proses Produksi UKM Pelangi Rasa

UKM Pelangi Rasa selaku mitra dalam kegiatan pengabdian ini telah mengikuti kegiatan pelatihan penjualan online melalui internet dengan aktif dan dapat bekerjasama dengan baik. Mitra yang terlibat terdiri dari 10 peserta yang terdiri dari Pimpinan dan pegawai pada UKM Pelangi Rasa Polanharjo Klaten. Pelatihan meliputi implementasi aplikasi penjualan online, update produk dan teknik pemasaran online. Kegiatan implementasi program system penjualan online dilaksanakan setelah mitra mengikuti kegiatan pelatihan. Tim pengabdian melakukan pendampingan kepada mitra dalam menggunakan aplikasi penjualan online dan manajemen pemesanan. Proses publikasi konten dalam system penjualan secara online melalui internet juga dilakukan mitra bersama tim pengabdian.

### **Kesimpulan**

Hasil evaluasi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan setelah kegiatan pengabdian selesai mitra akan menjadi UKM (Usaha Kecil Menengah) binaan dari tim pengabdian. Tim pengusul akan mengadakan pertemuan rutin setiap dua bulan untuk mengetahui kondisi mitra terkait dengan keberlanjutan sistem penjualan secara online melalui internet yang diterapkan.

## Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Duta Bangsa Surakarta, ketua L2M Universitas Duta Bangsa Surakarta, Dekan Fakultas Ilmu Komputer serta UKM Pelangi Rasa selaku mitra yang telah mendukung dan kerjasamanya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik..

## Referensi

- Adinugraha, Hendri Hermawan, Asih Maisaroh, Rifqi Hidayatullah, and M. Bahrurizqi. 2021. "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN BATIK ( STUDI KASUS BUARAN BATIK CENTER PEKALONGAN )." *JURNAL ILMU TEKNIK DAN INFORMATIKA* 1(2):74–82.
- Aswar, Nurul Fadilah, Rezky Amaliah Hamka, Ilma Wulansari Hasdiansa, St Hasbiah, and Rahmat Riwayat Abadi. 2023. "Optimalisasi Pemasaran Produk Umkm Batu Bata Di Kelurahan Limbung, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa." *Paramacitra : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 01(01):119–23.
- Cinderatama, Toga Aldila, and Ashafidz Fauzan Dianta. 2018. "Aplikasi E-Marketplace Untuk Penjualan Ikan Cupang Berbasis Web." *Pengabdian Pada Masyarakat* 2(2):40–45.
- Fadly, Muhtad, Suaidah, and Debby Alita. 2021. "OPTIMALISASI PEMASARAN UMKM MELALUI E-MARKETING MENGGUNAKAN MODEL AIDA PADA MISS MOJITO LAMPUNG." *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(3):416–22.
- Hanim, Muhammad Iqbal Jauhar, and M. P. Maisyaroh. 2021. "ANALISIS PENJUALAN ONLINE PERLENGKAPAN OLAHRAGA USAHA MIKRO PADA MASA PANDEMI COVID-19." *Seminar Nasional* 85–92.
- Suhliyyah, and Nandang. 2019. "PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK MEMASARKAN UMKM DI DESA KARYAMULYA." *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa* 2(2):5533–38.