

---

## PENDAMPINGAN UMKM UNTUK PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MELALUI E-COMMERCE PADA USAHA KUE BILZA CAKE

Ainol Yaqin<sup>1\*</sup>, Silviana Rohimah<sup>2</sup>, Noer Diana Fitriya<sup>3</sup>, Rofiatul Lailiyah<sup>4</sup>, Selviatus Sholehah<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup> Universitas Nurul Jadid Paiton, Probolinggo

\*Corresponding author: [ainolyaqin1991@gmail.com](mailto:ainolyaqin1991@gmail.com)

Received: 10-10-2024

Revised: 15-10-2024

Accepted: 31-10-2024

DOI: <https://doi.org/10.62097/pandalungan.v3i1.1921>

---

### ABSTRAK

Laporan ini membahas tentang pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kue Bilza Cake di Desa Pesisir, Kecamatan Paiton, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur, dalam meningkatkan volume penjualan melalui platform e-commerce. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemilik UMKM dalam mengelola toko online, strategi pemasaran digital, dan optimasi penjualan online. Metode pendampingan yang digunakan adalah pelatihan, konsultasi, dan pendampingan langsung dalam mengelola toko online dan strategi pemasaran digital. Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan dalam volume penjualan Kue Bilza Cake setelah mengikuti program pendampingan. Peningkatan ini dikaitkan dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemilik UMKM dalam mengelola toko online, strategi pemasaran digital, dan optimasi penjualan online. Laporan ini merekomendasikan replikasi program pendampingan UMKM serupa di daerah lain untuk membantu UMKM meningkatkan daya saing mereka di era digital.

---

**Kata Kunci:** Pendampingan, E-Commerce, Penjualan Online, Kue Bilza Cake.

### ABSTRACT

This report discusses the mentoring of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Bilza Cake in Pesisir Village, Paiton District, Probolinggo Regency, East Java, Indonesia, in increasing sales volume through e-commerce platforms. This mentoring aims to improve the knowledge and skills of MSME owners in managing online stores, digital marketing strategies, and online sales optimization. The mentoring methods used are training, consultation, and direct mentoring in managing online stores and digital marketing strategies. The results of the mentoring showed a significant increase in the sales volume of Bilza Cake after following the mentoring program. This increase is associated with an increase in the knowledge and skills of MSME owners in managing online stores, digital marketing strategies, and online sales optimization. This report recommends replicating similar MSME mentoring programs in other areas to help MSMEs increase their competitiveness in the digital era.

**Keywords:** Mentoring, E-Commerce, Online Sales, Bilza Cake.

---

## 1. PENDAHULUAN

Era globalisasi kemampuan produksi dan pemasaran dilandaskan pada kemampuan menciptakan produk yang dapat dijual dan mampu bersaing secara global dengan memanfaatkan

perkembangan teknologi. Kemampuan bersaing dan meningkatkan kinerja diperlukan dalam situasi persaingan global yang makin tajam dan kehendak untuk mengantisipasi ketertinggalan. Dengan demikian khususnya UMKM usaha Kue Bilza Cake harus bergerak menuju penciptaan keunggulan kompetitif yang dinamis. Bisnis yang dilakukan melalui internet menggunakan sistem e-commerce akan membantu penjualan. E-commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi jual beli dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Dengan pemanfaatan teknologi internet diharapkan dapat membantu memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif. Perusahaan tersebut yang mampu melakukan implementasi teknologi dalam meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk dengan menggunakan electronic commerce (e-commerce) untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa. Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis dan usaha mendorong setiap perusahaan untuk lebih kreatif dan mampu mengelolah bisnis. Perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya dengan mengembangkan system informasi sesuai dengan kemajuan teknologi yang dimilikis.

Menurut Nugrahani Shanti, E-commerce merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) untuk memasarkan produknya selain dapat memperluas akses pasar. UKM dapat langsung berkomunikasi dengan pembelinya, sehingga mereka dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar. Permasalahan UKM dalam memperluas akses pasar dan menembus pasar ekspor bisa diatasi dengan menggunakan e-commerce. Tetapi kendalanya penguasaan teknologi para pengusaha yang masih rendah dan adanya keengganan untuk mengoptimalkan pengguna e-commerce dalam bisnis mereka.

Pendampingan UMKM untuk Meningkatkan Volume Penjualan melalui E-Commerce pada Usaha bilza cake dapat mencakup berbagai aspek yang relevan dengan situasi usaha kue di era digital saat ini. lokasi usaha kue bilza cake kurang strategis di mana hanya terletak di desa sehingga sulit di jangkau dengan adanya e-commerce maka usaha kue bilza tambah di kenal oleh masyarakat. UMKM usaha kue Bilza Cake masih bergantung pada metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di toko atau pasar lokal, sehingga jangkauan pasar terbatas. Ketidapahaman digital marketing menghambat perkembangan usaha Bilza Cake dalam memanfaatkan platform e-commerce. E-commerce memberikan peluang besar bagi UMKM Bilza Cake untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batas geografis.

Kurangnya pemahaman teknologi pelaku UMKM, terutama generasi yang lebih tua, kurang familiar dengan platform e-commerce, media sosial, dan tools marketing digital lainnya. Kualitas foto produk: Foto produk yang kurang menarik atau tidak profesional dapat mengurangi minat calon pembeli. Deskripsi produk yang kurang informatif Deskripsi produk yang singkat dan tidak mendetail membuat calon pembeli ragu untuk membeli. Strategi pemasaran yang kurang efektif Banyak UMKM yang kesulitan menentukan target pasar, memilih platform yang tepat, dan membuat konten pemasaran yang menarik. Manajemen stok dan pesanan: Mengelola stok bahan baku, produksi, dan pesanan secara online dapat menjadi tantangan tersendiri.

## 2. METODE

Menyusun modul pelatihan yang komprehensif, mulai dari dasar-dasar e-commerce, pemilihan platform yang sesuai (misalnya Shopee, Tokopedia, Instagram Shop), pembuatan toko online, pengelolaan produk, hingga strategi pemasaran digital. Melakukan pelatihan secara langsung dengan melibatkan pemilik UMKM Bilza Cake dan anggota komunitas UMKM lainnya. Memberikan pendampingan secara berkala untuk mengatasi kendala yang dihadapi selama proses penjualan online. Melakukan analisis terhadap produk kue Bilza Cake, meliputi rasa, tampilan, kemasan, dan daya tahan produk. Membantu UMKM Bilza Cake dalam menyusun standar produksi yang baik untuk menjaga kualitas dan konsistensi produk. Membantu UMKM Bilza Cake dalam membuat konten menarik untuk media sosial, seperti foto produk yang berkualitas, video tutorial, dan konten promosi lainnya.

### 2.1. Lokasi Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada 20 Juni hingga 18 Agustus 2024 di UMKM kue bilza Cake desa pesisir kecamatan paiton kabupaten probolinggo, dengan target utama pemasaran. Lokasi pelaksanaan di UMKM bilza cake Desa pesisir Kecamatan paiton kabupaten probolinggo.

### 2.2. Tahapan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam tiga tahap yaitu, (a) survei lokasi dan sosialisasi; (b) pelaksanaan pelatihan (praktik lapangan); dan (c) pemantauan/evaluasi.

Pada tahap survei lokasi dan sosialisasi, tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) melakukan observasi, pendataan awal, dan menyosialisasikan program pelatihan yang dimulai pada 20 Juni sampai 18 Agustus 2024. Pada kegiatan pengabdian ini, tim PKM Melakukan riset mendalam tentang UMKM Bilza Cake, termasuk profil usaha, produk yang dijual, target pasar, dan kendala yang dihadapi. Mengidentifikasi potensi pasar online untuk produk kue Bilza Cake. Membuat rencana kerja yang detail, meliputi tujuan, target, kegiatan, jadwal, dan anggaran. Menentukan indikator keberhasilan program. Memberikan pelatihan tentang dasar-dasar e-commerce, platform e-commerce yang populer, dan cara membuat toko online. Menjelaskan pentingnya foto produk yang menarik, penulisan deskripsi produk yang efektif, dan manajemen stok. Mengajarkan strategi pemasaran digital, seperti social media marketing, search engine optimization (SEO), dan paid advertising. Membantu UMKM Bilza Cake membuat konten menarik untuk media social.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil

#### 1. Survei

Survei lokasi dilakukan untuk memahami kondisi awal UMKM Kue Bilza Cake di Desa Pesisir, Kecamatan Paiton, Kabupaten Probolinggo. Survei ini mencakup analisis terhadap:

1. Fasilitas Produksi: Fasilitas produksi yang ada cukup memadai.
2. Metode Pemasaran: Sebelum program, metode pemasaran memang sudah menggunakan penjualan melalui e-commerce dan penjualan secara langsung (offline).
3. Penggunaan Teknologi: Pemilik usaha sudah menggunakan teknologi digital untuk pemasaran dan penjualan produk.

## 2. Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan program pendampingan ini serta manfaat e-commerce kepada pemilik dan karyawan Kue Bilza Cake. Sosialisasi meliputi:

1. Tujuan dan Manfaat Program: Menjelaskan tujuan program dan bagaimana e-commerce dapat meningkatkan volume penjualan.
2. Rencana Kegiatan: Menyampaikan rencana kegiatan yang akan dilakukan, termasuk pelatihan dan pendampingan.
3. Dukungan dan Partisipasi: Mengajak pemilik dan karyawan untuk berpartisipasi aktif dalam program ini.

Hasil Sosialisasi:

1. Pemilik usaha menyambut baik program ini dan bersedia mengikuti semua tahapan kegiatan.
2. Kesepakatan jadwal pelaksanaan kegiatan sesuai dengan ketersediaan waktu pemilik dan karyawan.

Pelatihan dasar e-commerce diberikan untuk memberikan pemahaman mengenai e-commerce dan langkah-langkah memulai toko online. Materi yang diberikan meliputi:

1. Pengenalan E-Commerce: Menjelaskan apa itu e-commerce dan manfaatnya.
2. Membuat Akun Toko Online: Panduan membuat akun di platform e-commerce seperti Facebook dan Instagram.
3. Pengelolaan Toko Online: Cara mengelola toko online, termasuk upload produk, manajemen stok, dan pemrosesan pesanan.

Hasil Pelatihan Dasar E-Commerce:

1. Pemilik usaha sudah membuat akun di beberapa platform e-commerce.
2. Pemahaman dasar mengenai pengelolaan toko online meningkat.

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dalam pembuatan konten digital yang menarik. Materi yang diberikan meliputi:

1. Fotografi Produk: Teknik mengambil foto produk yang menarik dan profesional.
2. Deskripsi Produk: Menulis deskripsi produk yang informatif dan menarik.
3. Video Promosi: Pembuatan video promosi sederhana.

Hasil Pelatihan Pengembangan Konten Digital: Hasil foto produk lebih menarik dan profesional. Deskripsi produk lebih informatif dan menarik minat pembeli. Keterampilan dalam pembuatan video promosi meningkat.

## 3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan secara berkala untuk memastikan pelaksanaan program berjalan sesuai rencana dan memberikan hasil yang diharapkan. Kegiatan monitoring meliputi:

1. Observasi Langsung: Observasi langsung ke lokasi usaha.
2. Diskusi dengan Pemilik Usaha: Diskusi mengenai perkembangan penjualan melalui e-commerce dan memberikan saran serta feedback.

Hasil Monitoring:

1. Terjadi peningkatan volume penjualan melalui platform e-commerce.
2. Kendala teknis yang dihadapi dapat diatasi dengan bantuan pendampingan.
3. Peningkatan keterampilan dan kepercayaan diri pemilik usaha dalam mengelola toko online.

#### 4. Evaluasi Hasil

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program dan dampaknya terhadap usaha Kue Bilza Cake. Metode evaluasi meliputi:

1. Analisis Data Penjualan: Analisis data penjualan sebelum dan sesudah program.
2. Wawancara dengan Pemilik Usaha: Wawancara mendalam untuk mendapatkan feedback dan kesan dari pemilik usaha.

Hasil Evaluasi:

1. Tingkat kepuasan konsumen meningkat, terutama dalam kemudahan akses dan kualitas produk.
2. Pemilik usaha merasakan manfaat besar dari program ini, terutama dalam peningkatan keterampilan digital dan pengetahuan tentang e-commerce.

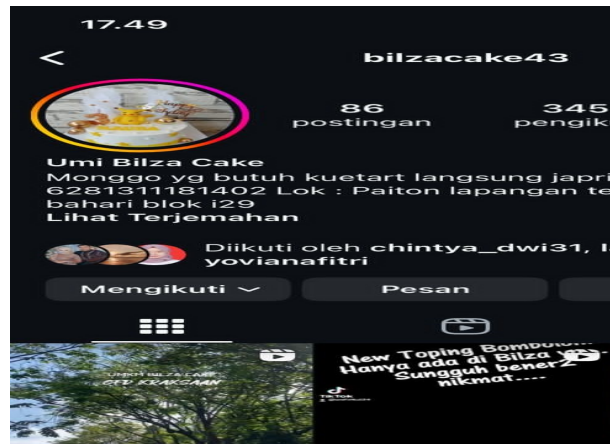


Gambar 1. Dosen DPL dan Mahasiswa bersama Owner Bilza Kue



Gambar 2. Varian Prodak Bilza Kue yang telah terhalalkan

Pendampingan UMKM untuk Peningkatan Volume Penjualan melalui *E-Commerce* Pada Usaha Kue Bilza Cake



Gambar 3. Pengelolaan Akun IG



Gambar 4. Pembuatan Konten di Stand Bilza Kue



Gambar 5. Rumah Produksi Bilza Kue

### 3.2 Pembahasan

Keberadaan dan peran serta UMKM dalam perekonomian, merupakan salah satu kunci keberhasilan bangsa Indonesia mampu untuk menghadapi berbagai krisis yang menimpa bangsa Indonesia pada tahun 2007/2008, pada saat usaha besar melemah bahkan gulung tikar, disatu sisi

UMKM mampu untuk bertahan bahkan memberikan kontribusi yang cukup tinggi disaat krisis global terjadi. UMKM masih mampu untuk menyediakan lapangan pekerjaan yang relatif besar. Keberadaan UMKM saat ini memiliki peran yang lebih luas, karena hampir sebagian besar usaha yang ada di Indonesia didominasi oleh usaha skala mikro, kecil dan menengah, adapun peran UMKM diantaranya adalah (1) sebagai lapangan kerja yang mampu menyerap banyak tenaga kerja sehingga berpotensi mengurangi pengangguran dan kemiskinan, (2) memberikan kontribusi kepada peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) dan pertumbuhan ekonomi, dan (3) Berkontribusi kepada peningkatan ekspor sekaligus berpotensi memperluas ekspor dan investasi.

Salah satu UMKM yang berkembang diantaranya adalah Toko Kue Bilza yang merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang perdagangan, dengan fokus bisnis pada usaha penjualan makanan dan. UMKM yang bergerak dalam usaha ini membedakan usahanya dengan usaha lain yang sejenis melalui pembatasan produk, yaitu produk yang dihasilkan tidak diproduksi secara massal dengan tujuan untuk mempertahankan eksklusivismenya (Novitasari et al., 2023).

Seiring dengan perkembangan jaman para pelaku usaha UMKM menghadapi tantangan yang cukup berat terkait dengan pengembangan usahanya. Kendala utama pengembangan usaha UKM pada umumnya berkaitan dengan masalah kemampuan manajemen atau pengelolaan yang kurang profesional. Masalah-masalah manajemen diantaranya meliputi, masalah struktur permodalan, personalia dan pemasaran. Selain masalah di atas, terdapat pula masalah teknis yang sering dijumpai semisal belum dimilikinya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik, masalah akses terhadap teknologi, masalah inovasi dan perbaikan kualitas barang dan efisiensi, ditambah lagi dengan pemberlakuan skema perdagangan bebas ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) sejak awal tahun 2010 dan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) di akhir tahun 2015, persaingan tidak lagi hanya didominasi antar produk dalam negeri, tetapi juga akan diramaikan dengan masuknya produk dari luar negeri (Paembonan et al., 2024)

Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing. Terlebih dengan semakin banyaknya masyarakat yang memanfaatkan internet dan semakin mudah serta murah koneksi internet, UMKM dituntut untuk melakukan perubahan guna meningkatkan daya saingnya agar dapat terus berjalan dan berkembang. Salah satunya adalah dengan cara menggunakan teknologi informasi (TI). Penggunaan TI dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar. Oleh karena itu, peran teknologi diperlukan dalam mendorong keberhasilan perusahaan untuk memperluas akses pasar melalui pemanfaatan teknologi informasi

#### **4. SIMPULAN DAN SARAN**

PKM pendampingan UMKM Bilza Cake untuk meningkatkan penjualan melalui ecommerce telah terlaksana dengan baik dan lancar. Metode praktik atau penerapan langsung dan pendampingan di tahap pemantauan merupakan 2 tahap utama yang paling efektif dalam membantu meningkatkan penjualan Bilza Cake melalui ecommerce. Manfaat kegiatan yang telah dilaksanakan adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada Bilza Cake untuk memanfaatkan digital marketing.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Ummi, pemilik Bilza Cake, atas kepercayaan dan keterbukaannya selama proses pendampingan, Dosen DPL dan pihak yang ikut serta dalam penyelesaian PKM ini. Tim pendamping yang telah bekerja sama dengan baik dalam memberikan pelatihan dan pendampingan dan semua pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan program ini.

## 6. DAFTAR RUJUKAN

- Purba, Elsanna BR, et al. "Pendampingan Terhadap Pelaku UMKM (Baren Coffe) Khas Simalungun Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-Commerce." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 4.1 (2023): 134-139.
- Nurchayani, Dina Indah, and Yanda Bara Kusuma. "Implementasi Pendampingan Penggunaan E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Frozenfood Lancar Jaya di Kelurahan Turi, Kota Blitzar." *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat* 1.2 (2023): 110-121.
- Prayogi, Ichsan Adil, R. Nia Kania Kurniawati, and Delly Maulana. "Pendampingan UMKM Berbasis E-Commerce dan Packaging di Desa Mancak Kabupaten Serang." *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5.1 (2023): 156-167.
- Febriyanti, Tasya, and Siti Ning Farida. "Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Karang." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2.3 (2023): 20-27.
- Sukmasetya, Pristi, et al. "Pemanfaatan digital marketing sebagai media pemasaran global untuk meningkatkan penjualan produksi pada home industry." *Community Empowerment* 5.2 (2020): 28-35.
- Naimah, Rahmatul Jannatin, et al. "Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM." *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2.2 (2020): 119-130.
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39.