

PEMANFAATAN PASAR DARING DALAM PEMASARAN INDUSTRI RUMAH TANGGA RUJAK MENGGKUDU

UTILIZING E-COMMERCE FOR HOME INDUSTRY MARKETING RUJAK MENGGKUDU

Paula Dewanti, Ni Putu Meina Ayuningsih
STMIK STIKOM Bali

Jl. Raya Puputan No. 86, Renon, Denpasar, Bali
pdewanti@gmail.com; meinageg@gmail.com.

ABSTRACT

Mengkudu has been known for a type of fruit that has many health benefits. The targeted partner of our community service was one of rujak mengkudu traditional seller, Ibu Ni Ketut Suji, that is located at Jalan Raya Dalung, Sempidi Village border, subdistrict of Kuta Utara, Badung, Bali, which is approximately 12.5 km from the location of sponsor. By that time, our partner was doing mouth to mouth marketing strategy, in a local scope; direct buyer are those who came to our partner's house, as well as selling the product in local traditional markets. Such a marketing strategy may be considered a less effective one. Therefore, the initial purpose of this community service was to provide training on the utilization of information technology, especially the utilization of the online marketplace as a marketing media to expand our partner's business. This community service was conducted by using a demo, best practices and technical guidance. The results of our community service showed that the participants were able to utilize information technology, especially the online marketplace, as a media marketing for their products. This can be measured from the ability of participants which included the ability to create their accounts, use the media interactively, and advertise their products in one of the media online marketplace.

Keywords: online; mengkudu; online marketplace

ABSTRAK

Mengkudu telah dikenal sejak lama sebagai jenis buah yang memiliki banyak khasiat pengobatan. Sasaran kegiatan ini adalah pengusaha rumahan rujak mengkudu, Ibu Ni Ketut Suji, selanjutnya disebut mitra, yang berlokasi di Jalan Raya Dalung, perbatasan Desa Sempidi, Kecamatan Kuta Utara, Badung, Bali, kurang lebih 12,5 km dari lokasi pengusul di STMIK STIKOM Bali. Selama ini penjualan yang dilakukan oleh mitra hanya di lingkup lokal dengan cara pembeli mendatangi lokasi mitra berjualan. Pemasaran mitra dimulai dari satu orang ke orang lain atau dari mulut ke mulut sehingga pemasaran yang dilakukan kurang efektif. Dari hal tersebut, tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi, khususnya pemanfaatan pasar daring sebagai media pemasaran. Kegiatan ini dilakukan dengan metode demonstrasi, praktik langsung, dan bimbingan teknis. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah peserta mampu memanfaatkan teknologi informasi, khususnya pasar daring sebagai media pemasaran produk rujak mengkudu. Hal tersebut dapat dilihat dari kemampuan peserta pelatihan yang sudah mampu menggunakan dan memasang iklan produk usaha rujak mengkudu di salah satu media pasar daring.

Kata kunci: daring; mengkudu; pasar daring

PENDAHULUAN

Mengkudu telah dikenal sejak lama sebagai jenis buah yang memiliki banyak khasiat pengobatan. Dengan nama Latin *Morinda citrifolia L.*, buah mengkudu sangat mudah ditemukan di kepulauan Indonesia, seperti Jawa, Sumatera, Kalimantan, Bali, dan Nusa Tenggara. Buah mengkudu mengandung skopoletin, rutin, polisakarida, asam askorbat, β -karoten, 1-arginin, proxironin, proxeroninase, iridoid, asperolusid, iridoid antraknon, asam lemak, kalsium, vitamin B, asam amino, glikosida, dan glukosa (Sjabana & Bahalwan, 2002; Wijayakusuma, 1996). Selain itu, terkandung senyawa-senyawa, seperti morindon, rubiadin, dan flavonoid (Bangun & Sarwono, 2002). Tanaman mengkudu, terutama buahnya, memiliki banyak kegunaan, antara lain untuk obat tekanan darah tinggi, beri-beri, melancarkan kencing, radang ginjal, radang empedu, radang usus, disentri, sembelit, nyeri limpa, limpa bengkak, sakit lever, liur berdarah, kencing manis (diabetes mellitus), cacangan, cacar air, kegemukan (obesitas), sakit pinggang (lumbago), sakit perut (kolik), dan perut mulas karena masuk angin, kulit kaki terasa kasar (pelembut kulit), menghilangkan ketombe, antiseptik, meluruh haid (emenagog), dan membersihkan darah. Air perasan buah mengkudu matang yang diparut digunakan untuk kumur-kumur (*gargle*) oleh penderita difteri atau radang amandel. Godogan buah, kulit batang atau akar digunakan untuk mencuci luka dan ekzema (Wijayakusuma dkk., 1996). Buah mengkudu dapat menghambat pertumbuhan tumor dengan merangsang sistem imun yang melibatkan makrofag dan atau limfosit (Hirazumi *et al.*, 1994).

Banyaknya manfaat buah mengkudu menjadi pertimbangan Ibu Ni Ketut Suji, selanjutnya disebut mitra, yang berprofesi sebagai penjual rujak mengkudu di Jalan Raya Dalung, perbatasan Desa Sempidi, Kecamatan Kuta Utara, Badung, Bali. Ibu Ni Ketut Suji mulai merintis usaha ini sejak dua tahun lalu. Dalam menggeluti usahanya, Ibu Ni Ketut Suji hanya dibantu keluarga dalam memproduksi rujak mengkudu.



Gambar 1. Pembuatan rujak mengkudu

Pendapatan bersih dari hasil penjualan rujak mengkudu minimal per bulan yang diperoleh Ibu Ni Ketut Suji adalah Rp500,000,00, sementara pendapatan maksimal per bulan Rp950,000,00. Permasalahan yang dialami mitra adalah pendapatan yang tidak menentu, yang dipengaruhi oleh cuaca, termasuk penjualan yang dilakukan secara tradisional, yaitu melalui warung serta pasar tradisional. Keterbatasan alat produksi membuat mitra tidak dapat memproduksi dalam jumlah besar. Alasan lainnya ialah penghasilan yang tidak maksimal karena kurangnya jaringan pemasaran sehingga produk yang dihasilkan kurang terkenal di ruang lingkup yang lebih luas. Pemasaran

yang dilakukan oleh mitra dapat dikatakan kurang efektif. Selama ini penjualan yang dilakukan oleh mitra hanya di lingkup lokal dengan cara pembeli mendatangi lokasi tempat mitra berjualan. Pemasaran mitra dimulai dari satu orang ke orang lain atau dari mulut ke mulut. Untuk mengefektifkan pemasaran sekaligus meningkatkan jumlah penjualan, diperlukan pemasaran melalui media daring, seperti pemanfaatan surel dan pemasangan iklan hasil produksi. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, akan dilakukan kegiatan bertahap, dimulai dengan sosialisasi, pemberian bantuan peralatan dan pelatihan cara penggunaan, pendaftaran ke salah satu pasar daring dan pelatihan penggunaan situs pasar daring Tokopedia. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan mitra dapat memaksimalkan pemasaran hasil produksi dan meningkatkan pendapatan.



Gambar 2. Rujak mengkudu

Berdasarkan analisis situasi, terdapat dua permasalahan prioritas yang dihadapi mitra, yaitu bagaimana meningkatkan pendapatan mitra sekaligus meningkatkan pengetahuan mitra terhadap pasar daring, yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk memperluas jaringan pemasaran produksi rujak mengkudu.

Disesuaikan dengan kompetensi tim, yaitu dalam bidang teknologi informasi, permasalahan prioritas dalam kegiatan ini akan ditangani dengan cara sebagai berikut.

1. Diskusi untuk meningkatkan pengetahuan di bidang pasar daring, terutama *search engine*, surel (*email*), dan pemasangan iklan.
2. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan penggunaan teknologi informasi untuk efisiensi dan efektivitas kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran, seperti situs iklan dan forum jual beli.

Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi yang ditawarkan adalah mengadakan kegiatan pelatihan pemanfaatan pasar daring sebagai media pemasaran produk pengusaha rumahan rujak mengkudu.

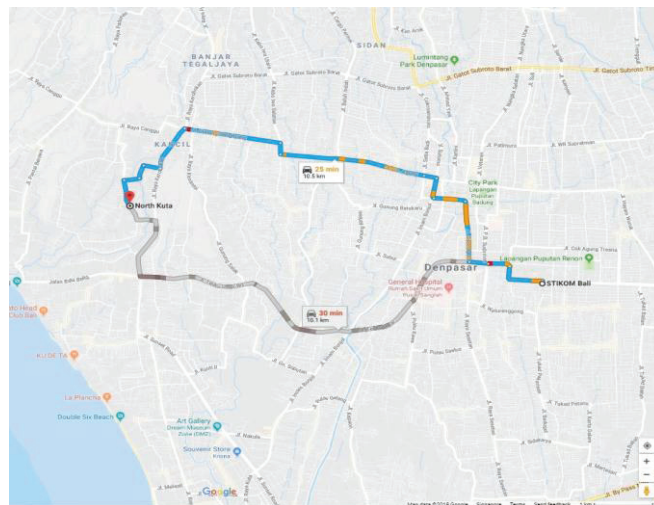
Kegiatan pelatihan ini akan dilakukan dengan pendekatan nonformal untuk menyampaikan materi, dilanjutkan dengan sesi tanya-jawab kepada peserta pelatihan, dalam hal ini pengusaha rumahan rujak mengkudu beserta anggota keluarga lain, yang berjumlah dua orang, yang membantu proses pembuatan dan penjualan. Kegiatan selanjutnya dilakukan dengan praktik langsung dan bimbingan langsung kepada pengusaha rumahan rujak mengkudu beserta dua anggotanya sebagai peserta pelatihan. Peserta akan diberikan materi yang berkaitan dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Tujuan pokok kegiatan, berdasarkan identifikasi dan perumusan masalah, adalah memberikan pengetahuan tentang penggunaan dan pemanfaatan pasar daring sebagai

media pemasaran produk rujak mengkudu sekaligus memberikan kesadaran dan meningkatkan keterampilan mitra yang merupakan pengusaha rumahan rujak mengkudu tentang pasar daring yang dapat digunakan sebagai media pemasaran produk rujak mengkudu. Diharapkan mitra dapat memanfaatkan secara maksimal pasar daring dalam pemasaran produk rujak mengkudu sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan. Tolok ukur peningkatan hasil penjualan didasarkan pada evaluasi pada saat kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan melalui tahapan evaluasi.

METODE PELAKSANAAN

Lokasi kegiatan dilaksanakan di Jalan Raya Dalung, perbatasan Desa Sempidi, Kecamatan Kuta Utara, Badung, Bali, yang memiliki jarak kurang lebih 12,5 km dari lokasi pengusul.

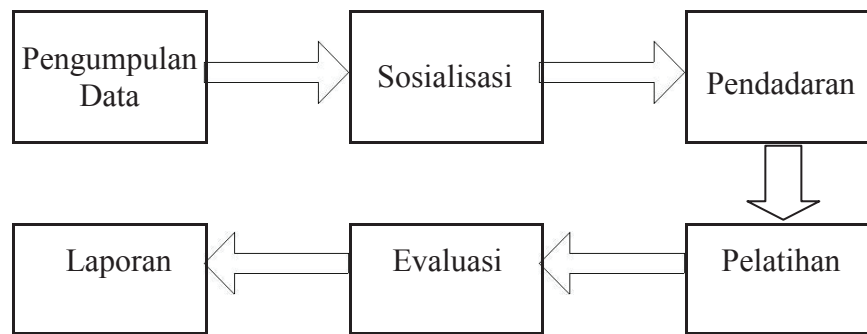


Gambar 3. Peta lokasi kegiatan (Map, 2011)

Sosialisasi dilakukan dengan mendatangi tempat produksi sekaligus kediaman mitra, yaitu Ibu Ni Ketut Suji, yang berlokasi di Jalan Raya Dalung, perbatasan Sempidi, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Pada pertemuan tersebut dilakukan beberapa hal berikut: (1) penyampaian beberapa informasi yang berkaitan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan, dalam hal ini informasi yang akan disampaikan mengenai latar belakang, target, sasaran, serta tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini; (2) pencatatan data teknis lebih lanjut serta pencatatan visualisasi dalam bentuk video dan foto.

Langkah berikutnya adalah pelatihan pemanfaatan media pasar daring untuk menambah pengetahuan dan keterampilan produsen rujak mengkudu dalam melakukan pemasaran produk rujak mengkudu. Pelatihan dan bantuan sistem pemasaran yang lebih baik dan tidak hanya berfokus pada pemesanan oleh pelanggan, tetapi juga secara proaktif melakukan pemasaran melalui pasar daring. Diharapkan dengan pelatihan ini para peserta, yang terdiri atas pengusaha rumahan rujak mengkudu beserta dua anggotanya, mendapat tambahan pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi informasi, khususnya media pasar daring.

Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan pelatihan yang dilakukan setelah pelatihan pemanfaatan pasar daring dan keterampilan pemasaran. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan. Berikut alur tahapan kegiatan ini.



Gambar 4. Bagan alur tahapan pelaksanaan kegiatan

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan dimulai dengan pengenalan melalui sosialisasi awal. Dalam pengenalan dijelaskan kegiatan yang akan dilakukan terkait dengan pengabdian kepada masyarakat. Dalam pengenalan ini juga dijelaskan secara umum kegiatan yang akan dilakukan beserta jadwal yang telah disetujui.

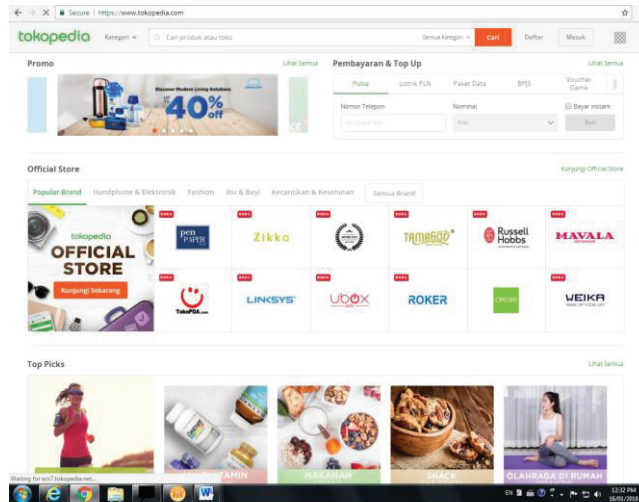
Setelah pengenalan, dilakukan presentasi. Dalam presentasi dilakukan pengenalan secara garis besar pengertian pasar daring, bagaimana cara melakukan registrasi, bagaimana cara menyebarkan informasi, dalam hal ini menyebarkan informasi yang berkaitan dengan pemasaran produk dan mengakses informasi lainnya yang relevan. Setelah peserta mendapat gambaran secara umum, pelatihan pemasaran produk melalui pasar daring secara *one on one* dilaksanakan. Dalam pelatihan ini dicontohkan bagaimana memasang iklan di situs Tokopedia. Diawali dengan menjelaskan bagaimana cara melakukan registrasi, kemudian dilanjutkan dengan bagaimana cara memasang iklan gratis di Tokopedia. Selanjutnya, dilakukan sesi tanya-jawab mengenai proses pemasaran terdahulu, dan tantangan yang akan dihadapi dalam penggunaan pasar daring ke depannya beserta alternatif solusinya.

Sesi tanya-jawab nonformal selalu dilakukan di setiap tahapan di atas untuk memastikan pemahaman yang sama didapatkan oleh peserta pelatihan. Sesi dilakukan dalam bahasa daerah Bali karena keterbatasan para peserta pelatihan. Materi pelatihan disiapkan dalam bahasa Indonesia, yang kemudian dialihbahasakan secara verbal oleh anggota tim yang merupakan putra daerah. Tahapan-tahapan tersebut diakhiri dengan sesi penutup.

Pemasaran Produk di Pasar Daring Tokopedia Cara registrasi di Tokopedia

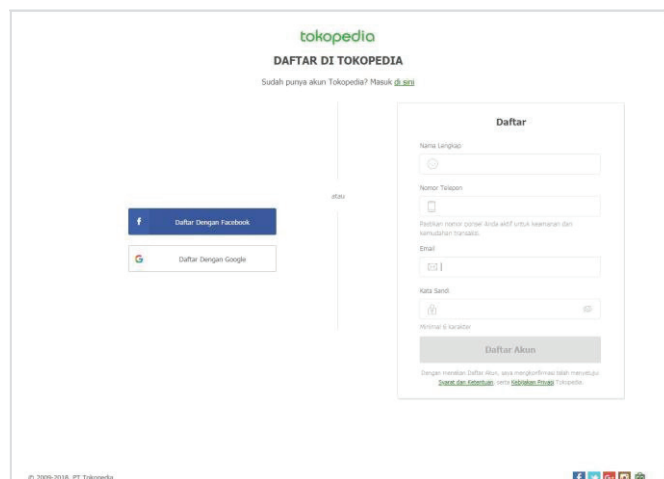
Untuk dapat memasang iklan di Tokopedia, diharuskan memiliki akun terlebih dahulu untuk dapat *log in*. Jika belum memiliki akun, lakukan registrasi terlebih dahulu. Berikut penjelasan langkah-langkah untuk melakukan registrasi di Tokopedia.

1. Buka situs Tokopedia di <https://www.tokopedia.com/>, lalu akan muncul tampilan seperti berikut.



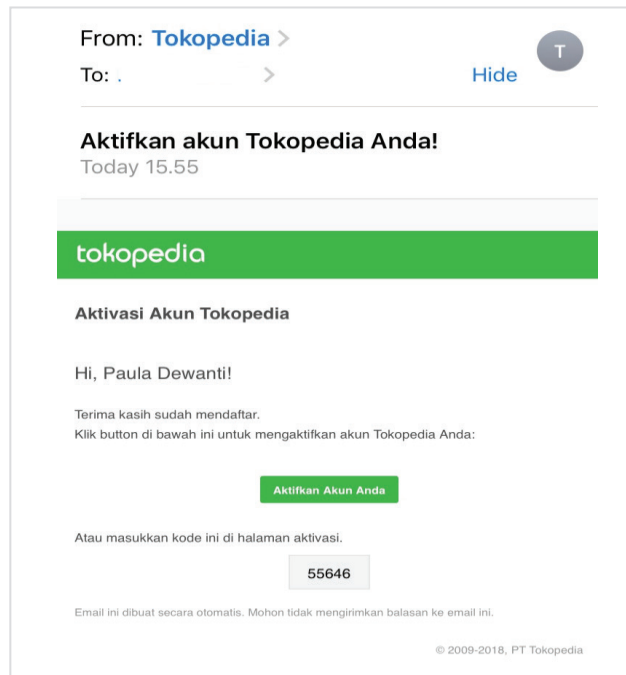
Gambar 5. Tampilan Tokopedia

2. Setelah muncul tampilan seperti halaman di atas, langkah selanjutnya pilih “Daftar” di sebelah kanan atas. Kemudian, akan diarahkan ke halaman registrasi. Berikut ini adalah halaman registrasi. Pendaftaran juga dapat dilakukan melalui akun Facebook.



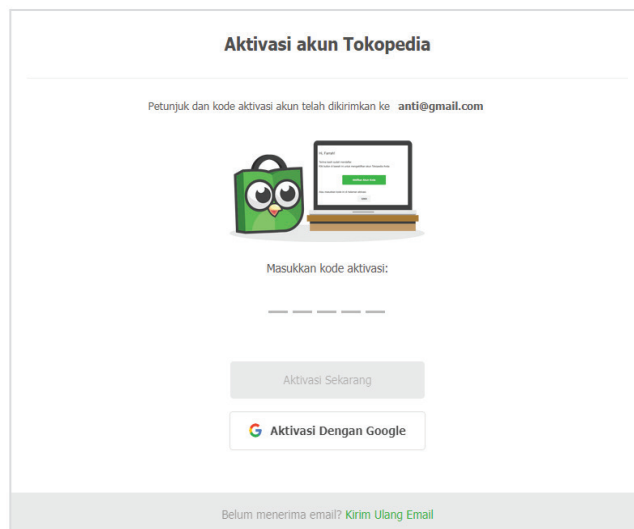
Gambar 6. Tampilan halaman registrasi

3. Masukkan nama lengkap, nomor telepon, surel, dan kata sandi (*password*) pada kolom isian yang sudah disediakan. Jika sudah, berilah tanda centang pernyataan bahwa Anda menyetujui syarat dan ketentuan di Tokopedia, kemudian pilih tombol “Daftar Akun”.
4. Setelah pendaftaran, Tokopedia akan memberikan kode aktivasi yang akan dikirimkan melalui surel. Surel aktivasi yang dikirimkan oleh Tokopedia dapat dilihat dalam Gambar 7.



Gambar 7. Tampilan e-mail aktivasi Tokopedia

5. Selanjutnya, masukkan kode aktivasi yang dikirimkan melalui surel. Secara otomatis akun di Tokopedia sudah aktif dan dapat dipergunakan untuk memasang iklan.

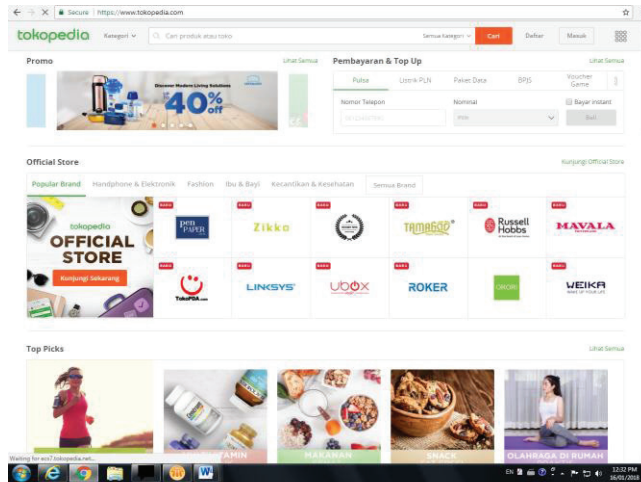


Gambar 8. Tampilan aktivasi Tokopedia

Memasang iklan gratis di Tokopedia

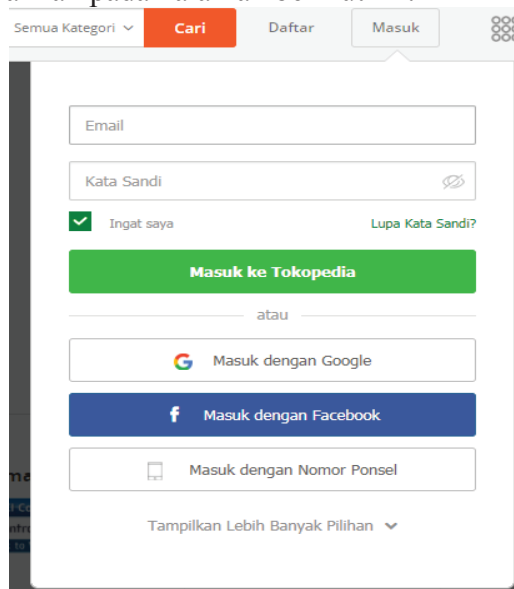
Setelah registrasi, untuk memasang iklan harus masuk ke akun yang sudah registrasi. Berikut ini cara masuk ke dalam akun Tokopedia

1. Buka situs Tokopedia di <https://www.tokopedia.com/>, lalu akan muncul halaman seperti berikut.



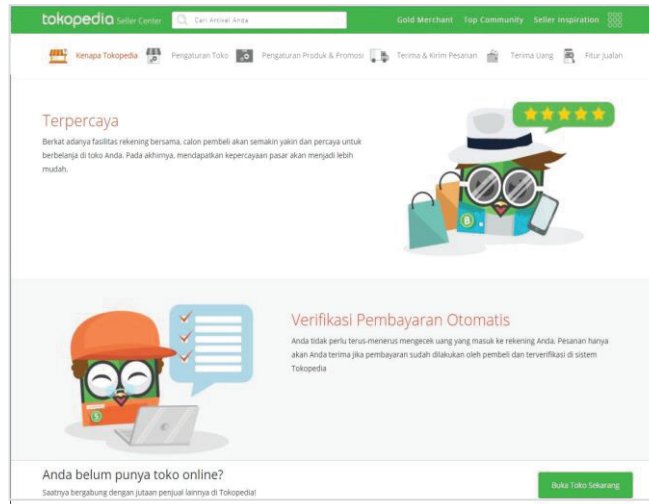
Gambar 9. Tampilan situs Tokopedia

2. Pilih menu “Akun Saya” untuk masuk ke dalam akun. Setelah memilih menu “Masuk”, akan diarahkan pada halaman berikut ini.



Gambar 10. Tampilan *log in* Tokopedia

3. Pada halaman seperti pada Gambar 10, silakan memasukkan surel dan kata sandi yang sudah diregistrasikan. Setelah itu, langsung dapat memasang iklan.
4. Untuk memasang iklan, pilih menu “Jual: Jualan di Tokopedia” di bawah yang akan mengarahkan ke halaman berikutnya. Kemudian, klik “Buka Toko Sekarang” di pojok kanan bawah seperti pada halaman di bawah ini.



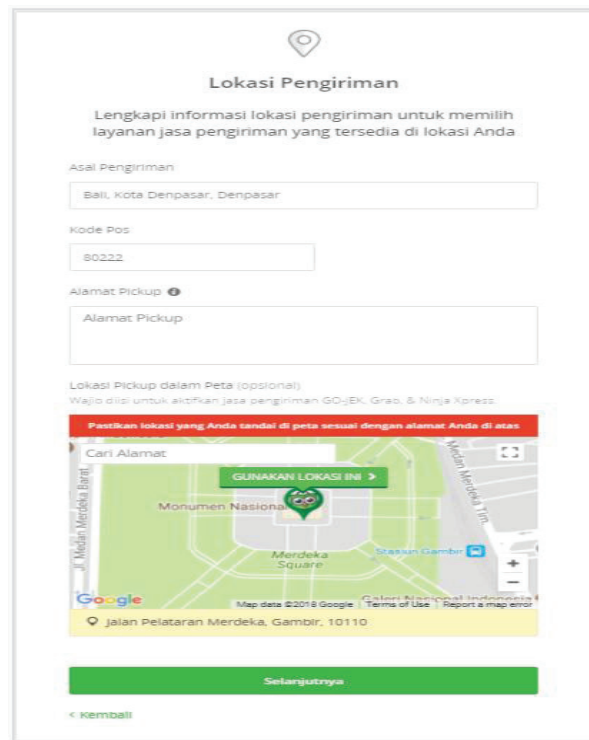
Gambar 11. Tampilan menu jual di Tokopedia

5. Kemudian, akan diarahkan ke halaman pengisian iklan. Berikut ini halaman pengisian iklan di Tokopedia. Pada halaman ini masukkan data barang atau jasa pada kolom isian yang sudah disediakan.

The image shows the 'Informasi Toko' (Shop Information) form on Tokopedia. It starts with a shop icon and the title 'Informasi Toko'. Below the title, it says 'Lengkapi ringkasan informasi toko. Tampilan toko yang menarik buat pembeli tertarik.' The form has three main sections: 1. 'Slogan' with a character count of 15/48 and a text input field containing 'Sehat dan Segar'. 2. 'Deskripsi' with a character count of 116/140 and a text area containing 'Ibu Ni Ketut Suji, yang berlokasi di Jalan Raya Dalung, perbatasan desa Sempidi, kecamatan Kuta Utara, Badung, Bali'. 3. 'Logo' with a character count of 0, a preview image of a drink, and a file upload section. The file upload section specifies a maximum file size of 10,000,000 bytes (10 MB) and allows JPG, JPEG, and PNG formats. There is a 'Pilih File' button. At the bottom of the form, there is a green 'Selanjutnya' (Next) button and a link 'Simpan dan Lanjutkan Nanti' (Save and Continue Later).

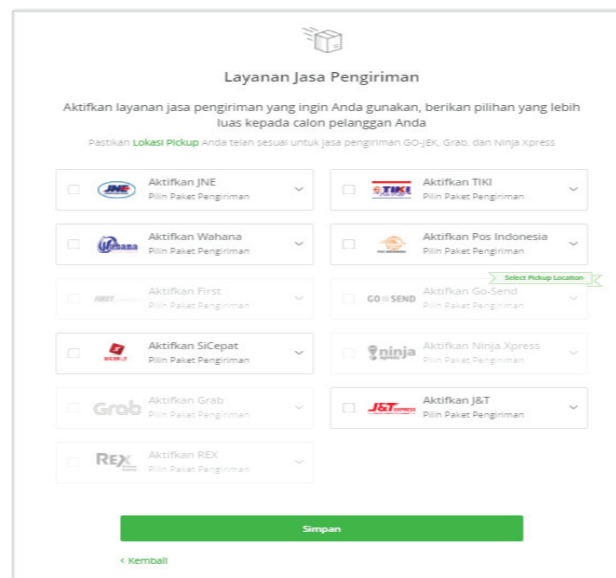
Gambar 12. Halaman isian barang dan jasa

- Ikuti semua langkah. Setelah selesai mengisi semua data yang diperlukan, selanjutnya tekan tombol “Selanjutnya,” kemudian akan diarahkan ke halaman di bawah ini (Gambar 13).



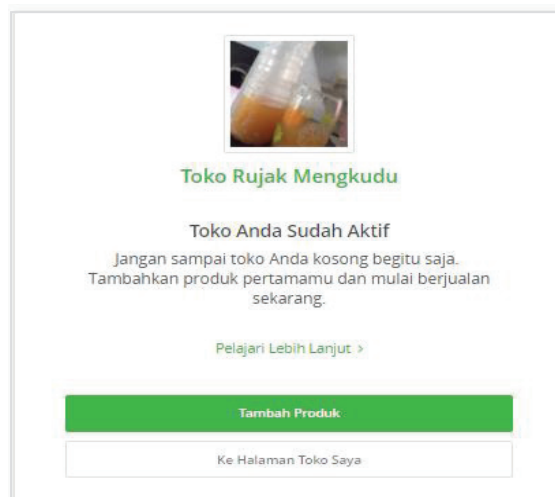
Gambar 13. Halaman lokasi pengiriman

- Masukkan Asal Pengiriman, Kode Pos, dan Alamat *Pick up*. Tekan tombol “Selanjutnya,” kemudian akan diarahkan ke halaman “Layanan Jasa Pengiriman” di bawah ini (Gambar 14).



Gambar 14. Halaman opsi layanan jasa pengiriman

- Pada halaman berikutnya ditunjukkan bahwa iklan sudah berhasil ditampilkan di situs Tokopedia.



Gambar 15. Tampilan usaha di Tokopedia

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui wawancara kepada mitra yang merupakan pengusaha rumahan rujak mengkudu pada Minggu, 14 Januari 2018. Hal itu dilakukan untuk mendapatkan masukan dari mitra karena mitra yang merasakan secara langsung hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Wawancara dipilih sebagai cara evaluasi karena teknik ini dapat menyesuaikan pertanyaan dan tidak bersifat formal.

Sementara itu, penilaian dari luaran yang ingin dicapai dapat dilihat baik secara teknis maupun umum. Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra, pelatihan yang dilakukan sangat bermanfaat. Hal itu dapat dibuktikan dengan pemahaman dan kemampuan pengusaha rumahan rujak mengkudu dalam menggunakan salah satu media pasar daring, yaitu Tokopedia, untuk memasarkan rujak mengkudu. Tujuan awal kegiatan, yaitu agar mitra dapat memaksimalkan pemasaran hasil produksi dan meningkatkan pendapatan melalui pemanfaatan teknologi, belum tercapai pada saat dilakukan evaluasi. Tipe produk, yang terbuat dari bahan segar dan memiliki waktu berakhir yang tidak terlalu lama, diduga sebagai penyebab tidak adanya permintaan yang masuk dari pasar daring. Perlu penelitian lebih lanjut terhadap masalah ini. Peningkatan pendapatan mitra disebabkan oleh bantuan alat penunjang produksi rujak mengkudu sehingga produksi meningkat.



Gambar 16. Wawancara informal dengan mitra

SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan ini memberikan kesadaran kepada mitra untuk memanfaatkan penggunaan pasar daring dalam memasarkan produk usaha rujak mengkudu sekaligus memberikan keterampilan dalam penggunaan teknologi informasi. Keterbatasan berbahasa daerah dari para peserta pelatihan dan keterbatasan kemampuan dalam penggunaan teknologi informasi dapat dijumpai dengan pendekatan nonformal melalui sesi tanya-jawab selama proses pelatihan.

Melalui kegiatan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang patut dipertimbangkan untuk kegiatan selanjutnya, yaitu penambahan materi mengenai opsi media lainnya yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran produk secara daring, seperti pemanfaatan media sosial. Sebagai penunjang, direkomendasikan juga agar dapat ditambahkan pelatihan penggunaan aplikasi Microsoft Office Excel yang sederhana yang dapat dipergunakan untuk manajemen keuangan pengusaha rumahan rujak mengkudu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada STMIK STIKOM Bali atas pendanaan pada kegiatan pengabdian internal PM 2017 Tahap II.

DAFTAR REFERENSI

- Bangun, A. P., & Sarwono, B. (2002). *Khasiat dan manfaat mengkudu*. Jakarta: AgroMedia Pustaka.
- Hirazumi, A., Furusawa, E., Chou, S. C., & Hokama, Y. (1994). Anticancer activity of *Morinda citrifolia* (noni) on intraperitoneally implanted Lewis lung carcinoma in syngeneic mice. *Proceedings of the Western Pharmacology Society*, 37, 145--146.
- Map, B. I. (2011). Map Pulau Bali. Bali Citra Satelit. Diakses tanggal 28 Agustus 2017.
- Sjabana, D. & Bahalwan, R. R. (2002). *Pesona tradisional dan ilmiah mengkudu*. Jakarta: Penerbit Salemba Medika.
- Wijayakusuma, H. (1996). *Tanaman berkhasiat obat di Indonesia* (Vol. 4). Jakarta: Pustaka Kartini.
- © 2009-2018, PT Tokopedia. "Tokopedia" Cara Berjualan. Diakses 15 Desember 2017. <https://www.tokopedia.com/panduan/jual/>.