

IMPLEMENTASI E-COMMERCE USAHA BRIKET ARANG SERBUK GERGAJI PADA LKM USAHA BERSAMA KOTA PAREPARE

Masnur*¹, Ferdiansyah Saing², Adnan³, Nurhalisa Putri⁴, Ferdiansyah⁵, Muhammad Rusman⁶
^{1,2,4,5,6} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Parepare
³ Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Parepare
email masnur2010@gmail.com¹, ferdipa95@gmail.com², ferlywijaya774@gmail.com³

Abstrak

Di Era digital ini, banyak para pengusaha kecil menengah harus stagnan dengan usahanya bahkan ada yang mendekati pada penghasilan yang merugi atau bangkrut. Pengusaha kecil menengah adalah mereka yang punya usaha didaerah-daerah pedesaan atau daerah pinggiran yang mana market mereka masih berbasis market tradisional. Namun sebagai akademisi yang dituntut bekerja pada penelitian dan pengabdian maka kita tidak boleh tutup mata akan permasalahan ini, untuk itulah kami menawarkan kepada Mitra untuk merubah pola pandang mereka, bahwa di era digital ini market mereka harus berbasiskan digital dan tidak hanya market tradisional. Bahwa pembeli tidak hanya ada di market tradisional namun lebih banyak pembeli berada di market digital, untuk itulah kami menawarkan sebuah solusi untuk kelompok usaha briket arang serbuk gergaji untuk memasarkan produk mereka pada pasar digital berbasis e-commerce. Dengan market yang luas, produksi mereka meningkat dan pendapatan mereka meningkat pula. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah tatap muka langsung dengan mitra memberikan pelatihan kewirausahaan, manajemen usaha dan etika berbisnis di dunia digital. Hasilnya bagus sekali, mitra telah memiliki pelanggan meningkat dan hasil produksi meningkat hampir 100% lebih dari market tradisional.

Kata kunci: Briket Arang, Serbuk Gergaji, Pasar Tradisional, E-Commerce, LKM Usaha Bersama

Abstract

In this digital era, many small and medium entrepreneurs have to stagnate with their businesses, some are even close to losing income or going bankrupt. Small and medium entrepreneurs are those who have businesses in rural or suburban areas where their market is still based on traditional markets. However, as academics who are required to work in research and community service, we must not close our eyes to this problem, that is why we offer Partners to change their perspective, that in this digital era their market must be digital-based and not just a traditional market. That buyers are not only in traditional markets but more buyers are in digital markets, that's why we offer a solution for sawdust charcoal briquette business groups to market their products on e-commerce based digital markets. With a wide market, their production increases and their income also increases. The method used in this service is direct face-to-face contact with partners providing entrepreneurship training, business management and business ethics in the digital world. The results are very good, partners have increased customers and production results have increased by almost 100% more than the traditional market.

Keywords: Charcoal Briquettes, Sawdust, Traditional Markets, E-Commerce, Joint Venture LKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pemerataan distribusi pendapatan, serta menjaga keberlangsungan ekonomi di tingkat lokal maupun nasional. (Farisi, Fasa, and Suharto 2022)

Beberapa langkah yang dapat diambil dalam pengembangan UMKM antara lain adalah:

1. Penguatan akses terhadap modal: Pemerintah perlu memperluas akses UMKM terhadap pembiayaan melalui program-program kredit yang terjangkau dan mudah diakses. Selain itu, pelatihan dan pendampingan dalam hal manajemen keuangan juga diperlukan untuk meningkatkan keterampilan pengelolaan keuangan UMKM.
2. Peningkatan akses terhadap teknologi dan inovasi: Perguruan tinggi dan lembaga riset dapat berperan dalam memberikan pelatihan dan pendampingan terkait dengan penerapan teknologi dan

inovasi bagi UMKM. Kerjasama dengan sektor swasta juga dapat membantu dalam transfer pengetahuan dan teknologi bagi UMKM.

3. Pengembangan akses pasar: Pemerintah dapat memfasilitasi UMKM untuk mengakses pasar lokal maupun global melalui berbagai program promosi dan pameran produk. Selain itu, memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk UMKM juga menjadi salah satu strategi yang efektif.
4. Peningkatan kualitas sumber daya manusia: Pelatihan dan pendidikan bagi pelaku UMKM perlu terus ditingkatkan guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang berdampak pada peningkatan produktivitas dan daya saing UMKM. (Arai et al. 2022)(Gunawan et al. 2020)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dukungan pemerintah terhadap UMKM untuk mengadopsi sistem perdagangan elektronik atau e-commerce merupakan langkah yang tepat dan strategis. Hal ini penting mengingat peran UMKM yang begitu vital dalam perekonomian Indonesia. Melalui e-commerce, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara global tanpa terbatas oleh batasan geografis. Selain itu, dengan adopsi e-commerce, UMKM juga dapat meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan keuntungan, dan memperluas peluang bisnis. (Meidiyustiani et al. 2023)(Masnur et al. 2023)

Pemasaran briket arang dari serbuk gergaji melalui e-commerce dapat menjadi alternatif yang menjanjikan bagi LKM Usaha Bersama di Kota Parepare. Briket arang merupakan produk yang memiliki potensi pasar yang luas terutama di kalangan masyarakat menengah ke bawah. Produk briket arang serbuk gergaji ini dapat menjadi sumber pendapatan tambahan bagi LKM Usaha Bersama. Selain itu, berjualan secara online juga memberikan kemudahan dalam hal promosi dan pengelolaan bisnis. Dengan strategi pemasaran yang tepat, seperti memanfaatkan media sosial dan jaringan online, LKM Usaha Bersama dapat meningkatkan visibilitas produknya dan menarik minat konsumen potensial. Tidak hanya itu, pemasaran briket arang melalui e-commerce juga dapat menjadi sumber pendapatan tambahan yang signifikan bagi LKM Usaha Bersama. (Padapi 2022)(Isna, Nasution et al. 2021)(Irmayani et al. 2023)

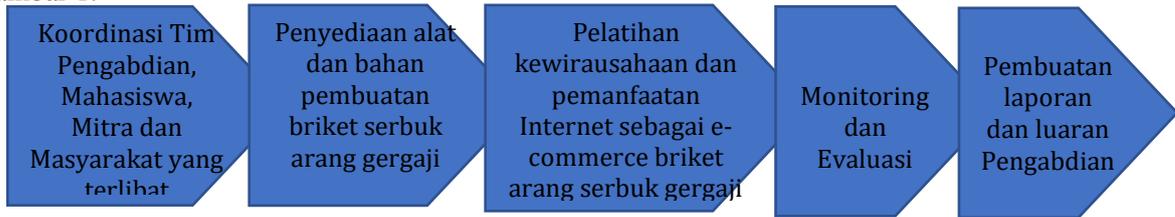
Dengan biaya operasional yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan toko fisik, menjalankan bisnis online dapat meningkatkan profitabilitas LKM Usaha Bersama secara keseluruhan. Rekomendasi yang diberikan untuk LKM Usaha Bersama adalah untuk terus mengembangkan strategi pemasaran melalui e-commerce, termasuk meningkatkan kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, dan mengoptimalkan penggunaan platform e-commerce. Selain itu, kolaborasi dengan influencer atau penyalur besar juga dapat menjadi langkah yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Secara keseluruhan, pemasaran briket arang dari serbuk gergaji melalui e-commerce merupakan langkah yang tepat dan berpotensi memberikan keberhasilan bagi LKM Usaha Bersama di Kota Parepare. Dengan terus melakukan inovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi, LKM Usaha Bersama dapat memperluas pasar dan meningkatkan profitabilitas usahanya dalam jangka panjang. (Dewi et al. 2019)(Nasution, Nasution, and Hasan 2022)(Masnur et al. 2021)

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan pendekatan kerjasama mitra LKM Usaha Bersama dan pengembangan serta partisipatif yang lebih efektif pada masyarakat, kesadaran dan keterampilan pemanfaatan sumberdaya lokal yang menjadi limbah disekitar mereka. Program yang dijalankan berusaha untuk memberdayakan mitra dan masyarakat dengan memposisikan mereka sebagai agen perubahan sekaligus menjadi tujuan utama dalam program yang dilaksanakan dan memperoleh manfaat secara langsung.

Metode yang digunakan dalam program pengabdian masyarakat ini antara lain sosialisasi, penyuluhan, penerapan pendidikan masyarakat difusi ipteks, praktek langsung dan konsultasi. Metode penyuluhan yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan wawasan, pengetahuan, dan keterampilan Mitra dan masyarakat dalam memanfaatkan berbagai limbah industri yang ada disekitar mereka yang tidak termanfaatkan (dianggap limbah) dan nantinya bermanfaat secara berkelanjutan dalam waktu lama. Adapun kegiatan pendidikan masyarakat yang dilakukan bertujuan meningkatkan wawasan dan pengetahuan mitra dalam pengolahan limbah industri agar mampu dimanfaatkan dengan optimal. Pendekatan ini akan menyadarkan masyarakat bahwa terdapat limbah industri yang tersedia dengan mudah dan murah sehingga tidak perlu mengeluarkan budget yang besar dan terkadang susah didapatkan. Kegiatan fasilitasi dilakukan untuk menyiapkan bahan dan alat yang digunakan saat mengolah limbah serbuk gergaji menjadi briket arang dan meningkatkan keterampilan mitra sasaran

dalam pengolahan limbah tersebut, sedangkan pendampingan dan konsultasi dilakukan untuk mendampingi mitra sampai berhasil merubah pasar briket arang serbuk gergaji dari pasar tradisional menjadi pasar berbasis e-commerce. Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan kegiatan program pengabdian yang akan dilaksanakan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam Implementasi E-Commerce Pada Usaha Briket Arang Serbuk Gergaji Pada LKM Usaha Bersama Kota Parepare dilakukan dengan sosialisasi ke Mitra dan masyarakat terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Sosialisasi pada usaha briket arang serbuk gergaji LKM Usaha Bersama Kota Parepare

Melakukan Pelatihan kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi digital

Tim mahasiswa beserta dosen melakukan pelatihan kewirausan, manajemen pemasaran dan pemanfaatan media digital kepada Mitra LKM Usaha Bersama sebagai upaya dalam peningkatan produksi dan meningkatkan penjualan briket arang serbuk gergaji menuju pasar digital berbasis e-commerce. Mereka sangat antusias dengan kegiatan ini dimana dari tim mahasiswa dan dosen bisa menerapkan keilmuannya kepada Mitra dan masyarakat



Gambar 3. Pelatihan kewirausahaan dan pemanfaatan media digital pada usaha briket arang serbuk gergaji LKM Usaha Bersama Kota Parepare

Pelatihan ini bertujuan untuk mengedukasi LKM Usaha Bersama tentang mempromosikan bisnis melalui konten digital, lebih tepatnya melalui sosial media. Pada saat pelatihan, LKM Usaha Bersama diajak untuk melakukan brainstorming mengenai pergeseran metode pemasaran dari

konvensional (offline, traditional marketing) berubah menjadi kontemporer (online, digital). Digital marketing menjadi cara paling efektif untuk memasarkan produk karena murah dan mudah dilakukan. Metode yang umum dipakai oleh para digital marketers biasanya melalui sosial media ataupun e-commerce. (Dewi Purnamasari et al. 2022)

Kegiatan pembuatan briket arang serbuk gergaji

Dalam kegiatan ini Mitra LKM Usaha Bersama mengajarkan kepada masyarakat dalam pembuatan briket arang dari serbuk gergaji. Pembuatan yang diajarkan dimulai dari proses awal dalam menyediakan bahan baku dan mengolahnya menjadi bahan setengah jadi kemudian mencetaknya menggunakan alat cetak yang sudah disediakan menjadi barang jadi yang siap untuk dipasarkan. Hasil produksi yang telah jadi harus memiliki bentuk dan ukuran yang sama agar kualitas produksi bagus.



Gambar 4. Bahan baku pembuatan briket arang serbuk gergaji pada usaha briket arang serbuk gergaji LKM Usaha Bersama Kota Parepare

Pengemasan dan pemasaran produksi briket arang yang sudah jadi

Hasil produksi yang sudah jadi dikemas kedalam tempat yang sudah disediakan untuk kemudian dipasarkan kepada mereka-mereka yang sudah menjadi pelanggan selama ini.



Gambar 5. Produk jadi briket arang serbuk gergaji pada usaha briket arang serbuk gergaji LKM Usaha Bersama Kota Parepare

Setelah dilaksanakan pelatihan digital marketing, LKM Usaha Bersama didampingi untuk melakukan pembuatan akun sosial media Whatsapp Business dan Instagram serta akun e-commerce Tokopedia. Pertimbangan pembuatan ketiga akun tersebut didasarkan pada kemudahan akses, supporting features untuk berjualan, dan kemudahan pembuatan konten.

Instagram

Aplikasi instagram menyediakan berbagai fitur yang sangat mendukung pebisnis untuk meningkatkan promosinya lewat sosial media. Fokus konten aplikasi instagram adalah konten visual

foto dan video. Visualisasi ini mendukung peningkatan kreativitas promosi. Dengan banyaknya fitur serta fokus konten tersebut, instagram banyak digunakan masyarakat untuk melakukan digital marketing menggunakan aplikasi instagram atau instagram marketing. Instagram marketing ini dapat lebih banyak menjangkau para pembeli. Kepada LKM Usaha Bersama, kami mendampingi untuk membuat profil instagram yang baik untuk memudahkan pelanggan mendapatkan informasi produk yang tersedia. Kemudian kami memandu LKM Usaha Bersama untuk menggunakan fitur-fitur sederhana di instagram seperti posting di instagram feeds dan instagram story. Kami juga memandu mereka untuk memproduksi content marketing. Content marketing dengan tujuan memasarkan produk agar menarik target pembeli, mempertahankan pembeli serta mendorong masyarakat untuk melakukan tindakan yang profitable. Konten yang diajarkan kepada LKM Usaha Bersama ini adalah bagaimana memproduksi video dan foto produk untuk dibagikan kepada pembeli, misalnya mereka dapat mengunggah kegiatan pra-pasca produksi, foto produk, kegiatan LKM Usaha Bersama sehari-hari.(Hardiansyah and Armin 2022)

Tokopedia

Tokopedia adalah salah satu e-commerce yang memiliki pengunjung terbanyak. Tokopedia memudahkan pelaku bisnis karena untuk mendaftarkan akun toko, tidak memerlukan syarat yang kompleks, transaksi efisien dan bisa dilakukan 24 jam, dan gratis, seluruh biaya yang akan didapatkan toko adalah milik penjual, Tokopedia tidak memungut biaya apapun. Dalam membantu mitra mengelevasi akun ecommerce, kami membimbing untuk membuat profil Tokopedia yang memberikan informasi akurat dan menarik mengenai toko LKM Usaha Bersama. Kemudian kami menjelaskan cara mengunggah produk dengan menggunakan foto terbaik dan product knowledge yang benar, cara mengelola toko dan memproses pesanan yang masuk. Dalam membantu LKM Usaha Bersama mengelevasi akun ecommerce, kami membimbing untuk membuat profil Tokopedia yang memberikan informasi akurat dan menarik mengenai toko LKM Usaha Bersama.(Hartini and Diva Maulana 2024)(Afianti et al. 2023)

Whatsapp Business

Whatsapp Business adalah salah satu aplikasi yang banyak digunakan para pedagang online untuk berinteraksi dengan customer. Dalam urusan ini, Whatsapp Business ditargetkan akan menjangkau sanak saudara dan kenalan LKM Usaha Bersama dari semua usia. Konten Whatsapp Business cenderung mudah diproduksi dan banyak fitur menarik untuk digunakan. Misalnya kami mendampingi LKM Usaha Bersama untuk menggunakan fitur Auto Reply Scheduler yang dapat membantu para wirausahawan membalas pesan secara otomatis jika sedang tidak berada dekat dengan handphone atau sedang di luar jam kerja.(Ferdian, Laila, and Muzdalifah 2023)(Tri Romadloni et al. 2023)

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mitra LKM Usaha Bersama Kota Parepare telah memiliki manfaat untuk meningkatkan wawasan, pengetahuan dan keterampilan mitra LKM Usaha Bersama dan masyarakat dalam hal pemanfaatan limbah serbuk gergaji yang ada menjadi briket arang dan menjadikannya barang produksi yang memiliki nilai jual yang tinggi. Pemanfaatan digital marketing yang sedang populer digunakan oleh para pebisnis demi meningkatkan exposure dan pengaruh bisnis mereka lebih luas. Digital marketing dapat menjadi solusi yang efektif dan positif bagi penyebaran informasi LKM Usaha Bersama Kota Parepare.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Majelis Dikti Litbang Pimpinan Pusat Muhammadiyah yang telah membiayai kegiatan ini dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UM Parepare dalam mendukung kegiatan ini. Demikian juga kepada Tim Dosen, mahasiswa, Mitra LKM Usaha Bersama dan Masyarakat yang begitu antusias atas pelaksanaan Program Pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Afianti, Yuni, Natasha Ayu Ramadhani, Allysa Risnandyya Rahmi, and Harries Madiistriyanto. 2023. "Pemasaran Digital Efektif Dalam Platform Tokopedia: Studi Kasus." *Journal of Comprehensive Science (JCS)* 2(7): 1324–28. <https://jcs.greenpublisher.id/index.php/jcs/article/view/455> (June 16,

- 2024).
- Arai, Ladu et al. 2022. "Pemberdayaan Masyarakat Kota Dibidang Ekonomi Melalui UMKM Ladu Arai Pinang Di Lubuk Buaya Kota Padang." *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi* 1(2): 78–83. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/lamahu/article/view/15346> (June 16, 2024).
- Dewi Purnamasari, Endah et al. 2022. "Pentingnya E-Commerce Pada Pelaku Usaha Kerupuk Kemplang Lembak:" *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(6): 1511–16. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/view/11751> (June 16, 2024).
- Dewi, Renny Sari, Oki Anita, Candra Dewi, and Rizky Noviasri. 2019. "PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM E-COMMERCE PADA UMKM BATIK DI KABUPATEN JOMBANG." *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(1): 36–43. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/view/2061> (June 16, 2024).
- Farisi, Salman Al, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. 2022. "PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT." *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9(1): 73–84.
- Ferdian, Muhammad, Rohmatul Laila, and Laily Muzdalifah. 2023. "Pemanfaatan Teknologi Digital Menggunakan Whatsapp Business Dan Go-Food Bagi Umkm." *Journal of Comprehensive Science (JCS)* 2(6): 1870–75. <https://jcs.greenpublisher.id/index.php/jcs/article/view/411> (June 16, 2024).
- Gunawan, Bahtiar, Maulana Shaleh Mubarak, Nisrina Anbar, and Rangga Sanjaya. 2020. "STRATEGI PENGEMBANGAN TEKNOLOGI E-COMMERCE UMKM RUMAH SAYUR LEMBANG MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT." *JURNAL TEKNOLOGI DAN OPEN SOURCE* 3(1): 1–13.
- Hardiansyah, Oleh Bagus, and Aidil Primasetya Armin. 2022. "PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI SARANA DIGITAL MARKETING DI ERA PANDEMI COVID 19." *JURNAL PENGABDIAN MANDIRI* 1(7): 1297–1306.
- Hartini, and Muhammad Diva Maulana. 2024. "Strategi Pemasaran Menggunakan E-Commerce Tokopedia Untuk Meningkatkan Penjualan." *Journal of Islamic Economic and Law (JIEL)* 1(1): 1–11. <https://jurnal.kalimasadagroup.com/index.php/jiel/article/view/461> (June 16, 2024).
- Irmayani, Irmayani, Arman Arman, Nur Ilmi, and Masnur Masnur. 2023. "Community Empowerment in Utilizing Local Agricultural Waste as an Effort to Recover The Red Onion Farming Economy:" *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 7(4): 1018–25.
- Isna, Nasution, Asdiani, Maisara Batubara, Kristi Endah, and Ndilosa Ginting. 2021. "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Briket Arang Kelurahan Kwala Bekala Kecamatan Medan Johor." *Journal Liaison Academia and Society* 1(3): 89–96.
- Masnur, Masnur et al. 2021. "BIMBINGAN BELAJAR MELALUI PROGRAM SMART HOUSE SOLUSI MENGATASI KESULITAN BELAJAR DARING DI MASA PANDEMI." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(3): 644–48.
- Masnur, Masnur et al. 2023. "LITERASI DAN NUMERASI KAMPUS MENGAJAR ANGKATAN 4 PADA SMP MUHAMMADIYAH PAREPARE." *Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services* 3(3): 612–23.
- Meidiyustiani, Rinny et al. 2023. "PENINGKATAN KEMAMPUAN MASYARAKAT DALAM MEMPERLUAS JANGKAUAN PASAR MENGGUNAKAN E-COMMERCE." *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS* 1(5): 480–85.
- Nasution, Nurliana, Feldiansyah Bakri Nasution, and Mhd Arief Hasan. 2022. "Pelatihan Marketing Online Dan Workshop E-Commerce Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Kelompok Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru." *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(6): 1591–1601. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/view/7413> (June 16, 2024).
- Padapi, Astrini. 2022. "Penyuluhan Optimalisasi Nilai Tambah Sekam Padi Sebagai Briket Arang Di Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan." *MALLOMO: Journal of Community Service* 3(1): 1–6. <https://jurnal.umsrappang.ac.id/malलोmo/article/view/741> (June 16, 2024).
- Tri Romadloni, Nova et al. 2023. "Optimasi Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk Usaha Anggota PKK." *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi* 2(1): 115–22.