

## **Upaya Meningkatkan Efektifitas Usaha Bagi UMKM Pedagang Buah Melalui Mobile E-Commerce di Lokasi Simpang Muaro Kasang Kabupaten Padang Pariaman**

**Elsa Meirina<sup>1</sup>, Mike Kusuma Dewi<sup>2</sup>, Laynita Sari<sup>3</sup>, Renil Septiano<sup>4</sup>, Dewi Zulvia<sup>5</sup>,  
Febryandhie Ananda<sup>6</sup>, Muhammad Rivandi<sup>7</sup>, Teguh Hidayat<sup>8</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP Padang, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Elsa Meirina

**E-mail:** [elsameirina@akbpstie.ac.id](mailto:elsameirina@akbpstie.ac.id)

### **Abstrak**

*Bengkuang merupakan buah simbolis Kota Padang, Sumatera Barat. Komoditas ini memiliki banyak manfaat untuk Kesehatan tubuh. Namun proses penjualan pedagang buah bengkuang masih tergolong masih manual. Berdasarkan wawancara dan studi lapangan diperoleh bahwa Tingkat penjualan buah bengkuang masih tergantung pada event atau ramai tidaknya wisatawan ke Kota Padang. Sedangkan proses bisnis saat ini sudah merambah Sebagian besar dengan metode online. Oleh karena ini, sangat penting memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan mobile E-commerce bagi para pedagang untuk bisa meningkatkan omset penjualan khususnya buah bengkuang.*

**Kata kunci** - E-Commerce, Penjualan, Media Online, Bengkuang, Padang

### **Abstract**

*Jicama is a symbolic fruit in the city of Padang, West Sumatra. This commodity has many benefits for body health. However, the sales process for jicama fruit traders is still considered manual. Based on interviews and field studies, it was found that the level of sales of jicama fruit still depends on events or whether there are many tourists in Padang City. Meanwhile, most business processes have now penetrated online methods. Because of this, traders need to have knowledge and skills in using mobile E-commerce to be able to increase sales turnover, especially jicama fruit.*

**Keywords** - E-Commerce, Penjualan, Online Media, Jicama, Padang

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia (Dewi et al., 2023; Sari et al., 2022, 2023). Salah satu jenis usaha yang berkembang dalam sektor ini adalah perdagangan buah-buahan, termasuk buah bengkuang. Bengkuang (*Pachyrhizus Erosus*) adalah umbi-umbian yang memiliki rasa manis dan segar, serta kandungan gizi yang tinggi seperti vitamin C, serat, dan mineral (Sylvi et al., 2020). Usaha perdagangan buah bengkuang tidak hanya menawarkan peluang ekonomi tetapi juga berkontribusi pada kesehatan masyarakat.

Indonesia sebagai negara tropis memiliki kondisi alam yang sangat mendukung untuk budidaya berbagai jenis buah-buahan, termasuk bengkuang. Potensi pasar buah bengkuang cukup besar karena permintaan yang stabil dari konsumen yang memanfaatkan bengkuang untuk berbagai keperluan seperti bahan makanan, minuman, hingga produk kecantikan alami.

Meskipun memiliki banyak keunggulan, usaha perdagangan buah bengkuang menghadapi beberapa tantangan. Beberapa tantangan tersebut meliputi fluktuasi harga pasar, masalah distribusi, dan persaingan dengan produk buah lainnya. Namun, terdapat pula banyak peluang yang bisa dimanfaatkan, seperti peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan tren konsumsi makanan sehat.

Penggunaan e-commerce telah menjadi strategi penting dalam peningkatan usaha, termasuk bagi UMKM pedagang buah bengkuang. E-commerce memungkinkan pedagang untuk mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan menawarkan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

## **METODE**

Kegiatan diawali dengan kunjungan ke lokasi penjualan buah di daerah simpang muaro kasang kabupaten padang pariaman. Terdapat lebih kurang 15 pedagang buah bengkuang yang rata-rata mereka merupakan penduduk asli setempat. Dengan mengusung icon kota bengkuang bagi kota Padang khususnya dimana penduduk setempat memanfaatkan lahan mengembangkan budidaya tanaman buah yang satu ini. Proses budidaya buah ini juga tidak begitu rumit.

Selanjutnya tim pengabdian melakukan sesi tanya jawab mengenai teknik yang dilakukan beberapa pedagang setempat dalam meningkatkan penjualan bengkuang. Dilanjutkan lagi dengan sesi berikutnya yakni presentasi atau edukasi dari tim pengabdian mengenai strategi / kiat yang bisa dilakukan para pedagang untuk dapat meningkatkan penjualan bengkuang secara efektif dan efisien melalui penggunaan e-commerce . karena seperti diketahui bahwa selama ini belum ada perubahan sistem penjualan bengkuang yang efisien sehingga dapat memaksimalkan keuntungan dari penjualan bengkuang tersebut, karena hanya berdasarkan penjualan dengan sistem “menunggu di tempat”, sehingga hasil yang didapat juga kurang memuaskan apalagi jika ditinjau lokasi , dimana beberapa para pedagang yang berderet menjajakan buah sehingga kecil kemungkinan akan memperoleh untung yang banyak.

E-commerce merupakan aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan internet. *E-Commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen melalui sistem elektronik seperti internet, WWW (*World Wide Web*), atau jaringan komputer lainnya (Chasman, et all, 2004). Meskipun konsumen dan penjual tidak bertemu langsung, transaksi tetap berjalan lancar. Dengan kata lain, *e-commerce* menawarkan kemudahan dalam berbelanja secara *online*. Diharapkan bagi para pedagang buah , bisa memanfaatkan gadget yang dimiliki untuk memasarkan dan mengembangkan bisnis bengkuang secara cepat dan mampu meningkatkan keuntungan mereka.jadi intinya keuntungan tidak

hanya menunggu di tempat, tapi istilahnya harus kita “jemput” dengan media penjualan secara online. Adapun Prosedur dalam kegiatan pengabdian ini, yaitu :

- ❖ Acara perkenalan tim dengan beberapa pedagang buah bingkuang
- ❖ Selanjutnya Tim melakukan pengamatan tentang proses penjualan yang di lakukan oleh beberapa pedagang setempat
- ❖ Berikutnya Tim melakukan presentasi dan tanya jawab dengan beberapa pedagang buah
- ❖ Kegiatan diakhiri dengan pemberian kenang-kenangan

Materi dalam Pelatihan Proses kegiatan ini cukup mudah, dimana dari tim pengabdian terlebih dahulu telah mempersiapkan materi tanya jawab yang di buat se sederhana mungkin agar mudah di mengerti oleh para pedagang buah . Kegiatan ini dimulai dengan maksud dan tujuan dari kegiatan tim pengabdian terkait materinya tentang peningkatan efektifitas usaha bagi UMKM pedagang buah melalui *mobile e-commerce* .

Ekonomi digital dipercaya mampu mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Melalui pemanfaatan teknologi ini produk-produk lokal Indonesia khususnya untuk usaha penjualan buah lokal dapat memasuki pasar global. Ekonomi digital diharapkan dapat meningkatkan persaingan produk dan jasa dari level mikro hingga makro. *e-commerce* sebagai sarana untuk promosi dan pemasaran produk-produk lokal seperti buah bengkuah yang sudah menjadi icon untuk kota Padang sehingga akan meningkatkan jumlah penjualan dan meningkatkan pendapatan. Yang pada akhirnya akan mengembangkan UMKM khususnya untuk para pedagang buah yang berlokasi di daerah Muaro Kasang.

Banyak kelebihan yang ditawarkan *e-commerce* untuk mengembangkan UMKM, namun bukan berarti tanpa kendala. Kendala bagi pengusaha salah satunya yaitu penguasaan teknologi yang masih rendah, dan adanya keengganan untuk mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* dalam bisnis mereka. Banyak yang merasa gagap teknologi dan malas mempelajari teknologi baru. Padahal, para pebisnis UMKM harus pro aktif dalam mempelajari teknologi baru demi kemajuan bisnis mereka. Selain itu kurang meratanya infrastruktur teknologi informasi di berbagai daerah, jaringan internet yang masih terbatas khususnya di daerah terpencil Indonesia, membuat pelaku UMKM daerah susah masuk ke dalam *e-commerce*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tanaman buah bengkuang (*Pachyrhizus erosus*) adalah umbi-umbian yang memiliki rasa manis dan segar, serta kandungan gizi yang tinggi seperti vitamin C, serat, dan mineral. Usaha perdagangan buah bengkuang tidak hanya menawarkan peluang ekonomi tetapi juga berkontribusi pada kesehatan masyarakat. Bagi para pedagang buah itu sendiri, selama ini untuk meningkatkan omset penjualan buah bengkuang tidak seperti yang diharapkan , karena selama ini masih menggunakan “sistem menunggu di tempat”. Omset hanya tergantung pada waktu tertentu saja seperti hari libur dikarenakan lokasi penjualan buah ini terletak di pinggir jalan raya yang memungkinkan konsumen bisa melihat dengan cepat. Namun hal ini tidak bisa dijadikan jaminan untuk meraup keuntungan yang besar, karena si pedagang juga bersaing dengan pedagang yang bersebelahan dengannya, sehingga peluang mendapatkan konsumen juga sedikit, terkecuali jika si pedagang sudah memiliki langganan tetap.

Dalam 1 hari, rata-rata para pedagang mengambil buah dari agennya hanya 1 karung saja seharga Rp 220,000/karung , untuk harga jualnya didasarkan dari sistem “onggok” misal untuk satu onggok ada yg dijual dengan harga 10.000, 15.000 bahkan 25.000/onggok, tergantung dari ukurannya , dan diharapkan harus habis dalam waktu 1-2 hari tersebut karena kalau terlalu lama buah tersebut layu dan rasanya jadi kurang maksimal. Namun karena sistem penjualannya adalah menunggu di tempat , sehingga target untung tidak dapat di estimasi.meskipun mereka rata-rata berjualan dari jam 10 pagi sampai jam 8 malam, namun itu bukan jaminan akan memperoleh untung yang banyak.

Hal tersebut dikatakan kurang efektif dan efisien, kalau yang diharapkan keuntungan hanya berasal dari pengunjung yang datang saja. Untuk itu perlu pengembangan dan pemasaran yang tepat agar diperoleh keuntungan yang maksimal yakni dengan memanfaatkan teknologi digital saat ini yakni e-commerce. Penjualan buah bengkuang di harapkan dapat dilakukan secara online, dimana konsumen bisa membeli buah bengkuang yang manis tanpa harus capek menuju ke lokasi penjualan. Barang sudah sampai di rumah melalui pemesanan dengan aplikasi antar jemput barang.

Agar media online ini bisa dijalankan secara maksimal, tentunya terlebih dahulu persiapan yg harus dilakukan oleh si penjual buah dengan memperhatikan kualitas buahnya, yang pastinya harus yang manis dan tidak berserat. Untuk pemilihan buah yang tidak berserat, biasanya si pedagang lebih memilih pasokan dari daerah Kuranji dan Sikabu, Sumatera barat. Hal ini karena tekstur tanah daerah tersebut yang menentukan buah manis atau tidaknya. Dengan adanya penggunaan media digital online, diharapkan penjualan tidak tergantung dari pembeli yang datang saja tapi juga si penjual harus aktif memasarkan produknya kepada pembeli meskipun yang di jual hanya buah-buahan.

Pada dasarnya, banyak sekali kelebihan yang ditawarkan dari e-commerce untuk mengembangkan usaha pedagang kecil ini, namun bukan berarti tanpa kendala. Kendala bagi pengusaha salah satunya yaitu penguasaan teknologi yang masih rendah, dan adanya keengganan untuk mengoptimalkan penggunaan e-commerce dalam bisnis mereka. Banyak yang merasa gagap teknologi dan malas mempelajari teknologi baru. Padahal, para pebisnis kecil harus pro aktif dalam mempelajari teknologi baru demi kemajuan usaha mereka.



**Gambar 1.**  
Pelaksanaan PKM bagi UMKM Pedagang Bengkuang

### **Implementasi E-commerce dalam Usaha Pedagang Buah Bengkuang**

Untuk pedagang buah bengkuang, langkah-langkah berikut dapat diambil untuk memanfaatkan e-commerce dalam meningkatkan usaha:

1. Membuat Toko Online: Memilih platform e-commerce yang sesuai (seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak) dan membuat akun toko online.
2. Mengoptimalkan Konten Produk: Mengunggah foto berkualitas tinggi, menulis deskripsi produk yang menarik dan informatif, serta menggunakan kata kunci yang tepat.
3. Menerapkan Strategi Pemasaran Digital: Menggunakan media sosial untuk promosi, dan beriklan secara online,
4. Mengelola Pesanan dan Pengiriman: Memastikan proses pemesanan yang mudah dan pengiriman yang cepat serta terpercaya.
5. Menyediakan Layanan Pelanggan yang Baik: Memberikan layanan pelanggan yang responsif melalui berbagai kanal seperti email, chat, dan media sosial.
6. Melakukan Analisis dan Evaluasi Berkala: Menggunakan alat analisis untuk memonitor performa toko online dan mengidentifikasi area untuk perbaikan.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini dan memanfaatkan potensi e-commerce secara maksimal, pedagang buah bengkuang dapat meningkatkan usaha mereka secara signifikan, mencapai pasar yang lebih luas, dan meningkatkan keuntungan.

#### Potensi Pemasaran dan Penjualan Produk Keripik Bengkuang

Semakin banyak konsumen yang mencari camilan sehat dan alami. Keripik bengkuang, yang kaya serat dan rendah kalori, sangat cocok untuk memenuhi kebutuhan ini. Tren konsumsi camilan sehat terus meningkat, terutama di kalangan urban dan milenial yang lebih peduli dengan kesehatan. Bengkuang mudah ditemukan di Indonesia dan harganya relatif murah. Hal ini memungkinkan produsen untuk memperoleh bahan baku dengan biaya rendah dan dalam jumlah besar. Keripik bengkuang memiliki umur simpan yang panjang jika disimpan dengan benar, menjadikannya produk yang baik untuk stok dan distribusi.

Keripik bengkuang dapat divariasikan dengan berbagai rasa seperti asin, pedas, manis, keju, dan lain-lain. Inovasi ini dapat menarik berbagai segmen pasar. Kemasan yang menarik dan praktis dapat meningkatkan daya tarik produk. Kemasan yang ramah lingkungan juga bisa menjadi nilai tambah di mata konsumen yang peduli lingkungan.

Segmentasi Pasar dari kripik bengkuang ini yaitu masyarakat yang mencari camilan rendah kalori dan tinggi serat yang baik untuk diet dan kesehatan. Menghadirkan varian rasa yang menarik dan kemasan yang lucu dapat menarik segmen ini. Keripik bengkuang dapat dipasarkan sebagai camilan yang cocok untuk semua kalangan, baik untuk teman bersantai maupun untuk oleh-oleh.

#### KESIMPULAN

Potensi pemasaran dan penjualan produk keripik bengkuang sangat besar, terutama dengan meningkatnya tren konsumsi makanan sehat. Dengan memanfaatkan bahan baku yang melimpah, inovasi produk, saluran distribusi yang luas, dan strategi pemasaran yang efektif, keripik bengkuang dapat menjadi produk yang sukses di pasar. Dukungan dari e-commerce dan media sosial juga memungkinkan penjual untuk mencapai pasar yang lebih luas dan beragam

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, M. K., Meirina, E., Sari, L., Septiano, R., & Herman, L. A. (2023). PENERAPAN TARGET COSTING DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA USAHA "SALA LAUAK" KELURAHAN PURUS-KOTA PADANG. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(2), 1806–1814.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Sari, L., Septiano, R., Zulvia, D., & Ananda, F. (2022). PENINGKATAN KUALITAS LAPORAN KEUANGAN MENGGUNAKAN APLIKASI ZAHIR PADA KELOMPOK TANI PETERNAK LEBAH TRIGONA KURANJI PADANG.
- Sari, L., Septiano, R., Zulvia, D., & Ananda, F. (2023). PENINGKATAN PEREKONOMIAN PENGRAJIN BATIK TANAH LIEK "SALINGKA TABEK" SOLOK. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 725–730.
- Sylvi, D., Novelina, N., & Kurniati, A. (2020). Pengaruh pencampuran bengkuang (*Pachyrhizus erosus* L) dengan terung belanda (*Cyphomandra betacea* Sendtn) terhadap karakteristik velva dihasilkan. *Indonesian Journal of Industrial Research*, 10(1), 23–31.