

# PENDAMPINGAN PELAKU EKONOMI KREATIF DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI *ONLINE* GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN SAMBEL PECEL MASA PANDEMI COVID 19

Titin Trimintarsih<sup>1</sup>, Sumiati<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Jurusan Teknik Industri, Universitas Wahidiyah Kediri

<sup>2</sup> Jurusan Manajemen, Universitas Wahidiyah Kediri

Email : [trimintarsih@titi@gmail.com](mailto:trimintarsih@titi@gmail.com)

## Abstrak

Wabah Pandemi Covid 19 berimbas kepada semua lini usaha, termasuk diantaranya adalah para pelaku usaha dalam bidang ekonomi kreatif. Seperti yang dijelaskan dalam UU no. 24 tahun 2019 bahwa yang termasuk ekonomi kreatif adalah para stakeholder yang berkecimpung dalam bidang aplikasi, pengembang mainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, fashion, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, penerbitan, periklanan, dan seni pertunjukan. Ekonomi kreatif sangat berkembang pesat belakangan ini., salah satu contohnya industri olahan pangan. Pelatihan ini diikuti oleh pelaku usaha sambel pecel dengan merk Larisso, RAN, dan Romo Gayeng. Ketiga pelaku industri tersebut semula hanya memasarkan produknya dengan mengandalkan rumus dan metode yang sebelumnya digunakan dalam konsep make stock atau bahkan make to order secara konvensional. Karena itu setelah mengikuti pelatihan penjualan secara online diharapkan semakin banyaknya integrasi multi sales channel dalam satu teknologi sistem (Omnichannel), maka pelaku usaha dituntut untuk mampu menyiapkan forecasting dalam kondisi perubahan bisnis model makro yang begitu cepat. Setelah pelatihan dikarenakan keterbatasan tenaga untuk membalas semua aplikasi yang telah diajarkan saat latihan dan juga keterbatasan modal apabila memenuhi semua permintaan, maka pelaku usaha tidak memilih semua aplikasi dagang *online* yang ada dan mereka lebih memilih satu atau dua aplikasi yang ada yang menurut mereka mudah dan banyak konsumennya. Untuk Produk Larisso memilih menggunakan aplikasi Facebook (FB) dengan nama "Sambel Pecel Larisso", juga di Shopee, sedangkan sambel pecel "RAN" menggunakan aplikasi Facebook (FB) dengan nama "Miko Sulistyorini", dan sambel pecel "Romo Gayeng" menggunakan aplikasi "Go Food dan "Grab Food". Kesimpulan bahwa pengabdian ini dilaksanakan dalam 3 tahapan, yakni sebelum pelatihan, pelaksanaan pengabdian dan setelah pengabdian. Setelah 4 bulan berjalan setelah pelatihan, penjualan mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Saran yang dapat diberikan oleh tim pengabdian kepada pelaku industri adalah 1) Merekrut karyawan untuk membantu produksi, sehingga semua aplikasi online bisa dimanfaatkan, sehingga dapat memenuhi pesanan, karena selama ini semua lini produksi masih dikerjakan sendiri bersama anggota keluarga saja.2). Menjaga kualitas dan harga agar konsumen tetap setia.

Kata Kunci : Pelatihan Aplikasi *Online*, Sambel Pecel

## Abstract

*The Covid 19 pandemic outbreak affects all business lines, including business actors in the creative economy. As explained in Law no. 24 of 2019 that included the creative economy are stakeholders engaged in the field of applications, toy developers, architecture, interior design, visual communication design, fashion, film, animation and video, photography, crafts, culinary, publishing, advertising, and performing arts. The creative economy is very much growing lately, one example of the food processing industry. This training was followed by businessman Sambel Pecel with the brand Larisso, RAN, and Father Gayeng. The three industry players originally only marketed their products by relying on formulas and methods previously used in the concept of make stock or even make to order conventionally. Therefore, after participating in online sales training, it is expected that the more multi-sales channel integration in one system technology (Omnichannel), business actors are required to be able to prepare forecasting in conditions of rapid macro model business changes. After training due to limited power to reply to all applications that have been taught during training and also capital limitations if it meets all requests, then business*

people do not choose all existing online trade applications and they prefer one or two existing applications that they think are easy and many consumers. For BestSelling Products choose to use the Facebook (FB) application with the name "Sambel Pecel Larisso", also in Shopee, while sambel pecel "RAN" uses the Facebook (FB) application with the name "Miko Sulistyorini", and sambel pecel "Romo Gayeng" uses the application "Go Food and "Grab Food". From the results of the discussion obtained the conclusion that this devotion is carried out in 3 stages, namely before training, the implementation of devotion and after devotion. After 4 months of running after training, sales experienced a very significant increase. The advice that can be given by the service team to industry players is 1) Recruiting employees to help with production, so that all online applications can be utilized, so that they can fulfill orders, because so far all production lines are still done alone with family members only. Maintain quality and price to keep consumers loyal.

*Keywords: Online Application Training, Sambel Pecel*

## **Pendahuluan**

Wabah Pandemi Covid 19 berimbas kepada semua lini usaha, termasuk diantaranya adalah para pelaku usaha dalam bidang ekonomi kreatif. Seperti yang dijelaskan dalam UU no. 24 tahun 2019 bahwa yang termasuk ekonomi kreatif adalah para stakeholder yang berkecimpung dalam bidang aplikasi, pengembang mainan, arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Fashion, Film, Animasi dan Video, fotografi, Kriya, kuliner, penerbitan, periklanan, dan seni pertunjukan,

Masih menurut UU No. 24 tahun 2019 definisi dari Ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan yang bersumber dari kreatifitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan dan atau teknologi.

Ekonomi kreatif sangat berkembang pesat belakangan ini., salah satu contohnya industri olahan pangan. Industri olahan pangan ini tetap dibutuhkan di masa pandemi. Karena pada masa pandemi orang justru menyetok makanan yang siap makan dan awet untuk meminimalkan transaksi keluar rumah. Dengan adanya keterbatasan perjumpaan pedagang dan pembeli selama masa Covid, membuat dunia perdagangan *online* menjadi salah satu jalan melancarkan usaha. Dengan adanya Pandemi Covid, mau tidak mau mengubah para pelaku bisnis untuk berpikir serius guna mempertahankan omsetnya agar tidak ikut sekarat dalam masa pandemi Covid.

Berdasarkan survey Shoppe bahwa penduduk Indonesia dimasa COVID telah terjadi kenaikan pengguna internet sebanyak 73,7 % dengan waktu guna selama 3 jam sampai dengan 8 jam per hari. Dimana waktu Covid pengguna belanja *Online* naik sebanyak 400% pada tahun 2020. Karena itulah penjualan melalui online dirasa mampu mengatasi penurunan penjualan yang telah berlangsung

Adapun salah satunya makanan tersebut adalah sambel pecel , sebagai makanan tradisional olahan yang bisa diawetkan. Saat ini sambel pecel dipasarkan dalam bentuk padatan, dan hanya tinggal menambahkan air. Makanan asli jawa ini seolah sudah menjadi selera nusantara karena kelezatannya.

Sambel pecel merupakan bumbu makanan yang dibuat dari kacang tanah, cabai, gula merah, bawang putih, daun jeruk nipis, asam jawa dan garam. Sambal pecel digunakan untuk bumbu makanan yg dilengkapi dengan sayuran dan beberapa lauk tradisional seperti tempe, tahu, peyek, kering tempe dan lauk lainnya. Karena sambal pecel termasuk salah satu industri olahan pangan yang mempunyai pangsa pasar yang luas maka kebutuhan masih tetap ada walaupun ikut menurun dan pilihan penjualan *online* adalah pilihan terbaik. Karena itu dengan adanya Pandemi Covid, mau tidak mau mengubah para pelaku bisnis untuk berpikir serius guna mempertahankan omsetnya agar tidak ikut sekarat dalam masa pandemi Covid. sehingga dunia perdagangan *online* menjadi salah satu jalan melancarkan usaha.

Channel-channel sales dalam dunia digital telah mengakibatkan perubahan *behaviour* pelanggan begitu sangat drastis dan hal ini mau tidak mau harus diikuti dengan adaptasi perubahan konsep bisnis dan bisnis model perusahaan menuju *direct to consumer (D2C)* atau *manufacture to Consumer (M2C)* atau *Consumer to Manufacture (C2M)*. Walaupun imbas covid tidak seperti bidang usaha lainnya hingga mati suri, tetapi pelaku industri sambel pecel mengalami dampak pula, seperti sambel Pecel RAN, sambel pecel Larisso, dan Romo Gayeng yang semula rata-rata 100 kg sambel pecel dalam sehari, akibat dampak Covid tinggal 20 kg per hari.

Para pelaku industri sambel pecel memulai usahanya dari industri rumahan dengan melayani pesanan dan menjual eceran. Semula dilakukan secara *manual direct to consumer*. Tetapi dengan adanya pandemi menuntut pelaku usaha untuk menjual secara online supaya tidak tergerus ikut gulung tikar. Pelatihan ini diikuti oleh pelaku usaha sambel pecel dengan merk Larisso, RAN dan Romo Gayeng. Ketiga pelaku industri tersebut semula hanya memasarkan produknya dengan mengandalkan rumus dan metode yang sebelumnya digunakan dalam konsep *make stock* atau bahkan *make to order* secara konvensional.

Karena itu setelah mengikuti pelatihan penjualan secara online diharapkan semakin banyaknya integrasi multi *sales channel* dalam satu teknologi sistem (*Omnichannel*), maka pelaku usaha dituntut untuk mampu menyiapkan *forecasting* dalam kondisi perubahan bisnis model makro yang begitu cepat.

### **Metode Pelaksanaan**

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut :

## 1. Kegiatan pelatihan

Kegiatan ini adalah pelatihan untuk membantu memasarkan produk di dunia online. Adapun kemampuan pembuatan produk sudah dilakukan oleh masing-masing pelaku usaha. Selanjutnya menentukan pangsa pasar yang akan dijadikan target, lalu menentukan dunia *online* yang akan dipilih, sehingga diperlukan *platform digital* untuk kemudian dilaksanakan oleh pelaku usaha sambel pecel Larisso, RAN, dan Romo Gayeng

## 2. Kegiatan Pendampingan

Kegiatan ini adalah implementasi dari hasil work shop dengan terus memantau, dari *e-commerce* yang telah diikuti manakah yang menangkap umpan paling banyak, terhadap kebutuhan sambel pecel.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Sebelum Pengabdian

Tahapan pertama yang dilaksanakan pengabdian ini dilakukan adalah mendengar keluhan dari pelaku usaha akan menurunnya omset penjualan selama pandemi Covid 19. Karena itu, penulis merasa terpanggil untuk memberikan sosialisasi atau workshop berkaitan dengan peningkatan penjualan menggunakan *e-commerce* atau *online* kepada pelaku industri rumahan sambel pecel. Karena pemasaran digital merupakan salah satu yang perlu dipelajari oleh pelaku usaha yang kurang memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini.

### 2. Pelaksanaan Pengabdian

Pelatihan dilaksanakan di salah satu rumah produksi sambel RAN pada tanggal 9 November 2021 Kelurahan Singonegaran Kecamatan Kota Kediri pada pukul 08.00 sampai pukul 12.00 WIB. Materi yang disampaikan terkait peningkatan penjualan melalui penjualan online. Adapun platform media sosial yang digunakan dalam hal ini Whatsapp, Facebook, Instagram serta *e-commerce* shoppe ,Gojek dan Grab.



**Gambar 1. Pada Saat Pelatihan di Rumah Industri Sambel Pecel RAN**

### 3. Setelah Pengabdian,

Membantu secara langsung pengaplikasian pemasaran online dengan mengunggah produk, membantu menjawab pertanyaan tentang permasalahan konsumen selama sebulan, dan memantau penjualan serta membantu apabila masih belum paham pengoperasian atau membalas chat yang ada.

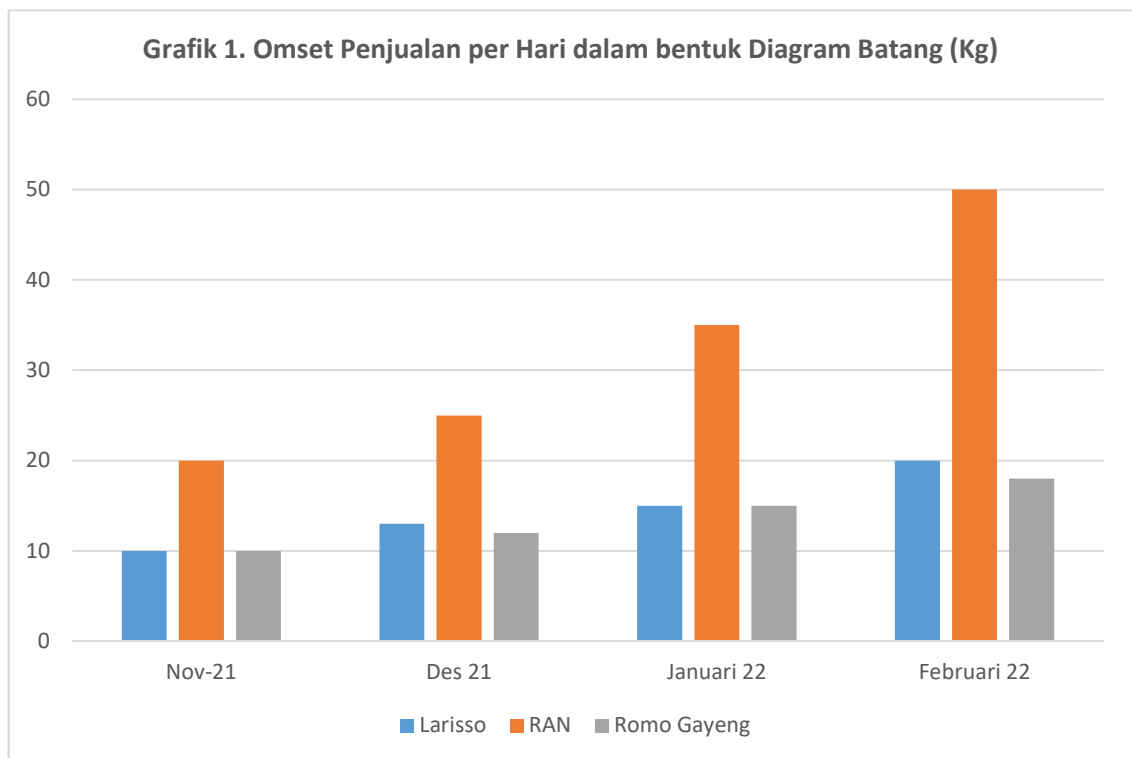
Seiring berjalannya waktu, dan dikarenakan keterbatasan tenaga untuk membalas semua aplikasi yang telah diajarkan saat latihan dan juga keterbatasan modal apabila memenuhi semua permintaan, maka pelaku usaha tidak memilih semua aplikasi dagang online yang ada dan mereka lebih memilih satu atau dua aplikasi yang ada yang menurut mereka mudah dan banyak konsumennya.

Untuk Produk Larisso memilih menggunakan aplikasi Face book (FB) dengan nama "Sambel Pecel Larisso", juga di Shopee, sedangkan sambel pecel "RAN" menggunakan aplikasi Face book (FB) dengan nama "Miko Sulistyorini", dan sambel pecel "Romo Gayeng" menggunakan aplikasi "Go Food dan "Grab Food".

Masih di masa pandemi, dengan penggunaan aplikasi online ternyata permintaan berangsur meningkat, yang paling signifikan adalah sambel pecel RAN yang semula hanya 20 kg, sekarang meningkat hingga 50 kg per hari, bahkan mendekati bulan Ramadhan mendapat pesanan sebanyak 2 kuintal pula. Diharapkan menjelang idul fitri pesanan akan naik maksimal. Untuk sambel pecel Larisso dan Romo Gayeng juga mengalami peningkatan yg signifikan tetapi tidak sebesar sambel pecel RAN

**Tabel 1. Omset penjualan per hari setelah penjualan online**

Omset rata2/ hari/kg	Larisso	RAN	Romo Gayeng
<b>Nov-21</b>	10	20	10
<b>Des 21</b>	13	25	12
<b>Januari 22</b>	15	35	15
<b>Februari 22</b>	20	50	18



Sumber data diolah

### **Kesimpulan**

Dari hasil pembahasan diperoleh kesimpulan bahwa pengabdian ini dilaksanakan dalam 3 tahapan, yakni sebelum pelatihan, pelaksanaan pengabdian dan setelah pengabdian. Setelah 4 bulan berjalan setelah pelatihan, penjualan mengalami peningkatan yang sangat signifikan.

## Saran

Saran yang dapat diberikan oleh tim pengabdian kepada pelaku industri adalah sebagai berikut :

1. Merekrut karyawan untuk membantu produksi, sehingga semua aplikasi online bisa dimanfaatkan, sehingga dapat memenuhi pesanan, karena selama ini semua lini produksi masih dikerjakan sendiri bersama anggota keluarga saja.
2. Menjaga kualitas dan harga agar konsumen tetap setia.



Gambar 2. Label Produk yang Mengikuti Pelatihan Penggunaan Aplikasi Online



Gambar 3. Bahan Dasar Sambel Pecel Sebelum Digiling

## DAFTAR PUSTAKA

<https://sambal-pecel-mengandung-manfaat/>

Kartika, Risna (2021) Pelatihan Kewirausahaan Menghadapi New Normal Era  
Entrepreneur Training Faces A New Normal Era <https://jurnal.unigal.ac.iavol> 3 no 2.

UU no. 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif

Webinar Shopee dalam “ Temu Bisnis Nasional UMKM IV” Peran Kekuatan Kolaboratif  
Dalam mendukung Kesuksesan UMKM Menuju Pasar Ekspor, 10 November 2021