

# PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI DESA SINDANGMUKTI (BIBIT KEMBANG KOL)

Witulas Ambang Cahyati, Yuniar Rakhamtiar

Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer

[si19.witulascahyati@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:si19.witulascahyati@mhs.ubpkarawang.ac.id)

[yuniar@ubpkarawang.ac.id](mailto:yuniar@ubpkarawang.ac.id)

## Abstrak

UMKM merupakan salah satu bentuk inovasi yang mendongkrak suatu perekonomian daerah setempat bahkan ekonomi nasional. Pemberdayaan masyarakat sosial melalui pendekatan pengembangan UMKM melalui kelompok masyarakat akan berdampak positif terhadap perkembangan desa terutama Desa Sindangmukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang. Di Desa Sindangmukti memiliki beberapa potensi UMKM salah satunya yaitu usaha bibit kembang kol yang jika dikembangkan akan menjadi sumber pendapatan yang cukup untuk mendorong ekonomi warga itu sendiri. Hal inilah yang mendasari penelitian dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dikarenakan adanya usaha bibit kembang kol yang dapat menambah penghasilan dan pendapatan si pelaku UMKM dan daerah setempat. Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha bibit kembang kol ini yaitu penjualan ataupun pemasarannya yang masih menggunakan metode konvensional yang membuat usaha ini kurang berkembang. Maka dari itu memanfaatkan E-Commerce adalah salah satu cara untuk mengembangkan dan memperluas target pasar dan pastinya mempermudah transaksi jual beli produk tanpa harus datang langsung ke lokasi penjualan. Hal ini pastinya akan memberikan kemudahan dan keuntungan tersendiri bagi pemilik usaha.

**Kata Kunci :** Bibit Kembang Kol, *E-Commerce*, Sindangmukti

## Pendahuluan

UMKM merupakan usaha yang dijalankan oleh perorangan atau organisasi usaha dan memenuhi kriteria yang berlaku bagi usaha kecil atau mikro. Sesuai dengan pengertian UMKM tersebut, maka kriteria UMKM dapat dibedakan antara lain meliputi dari usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Dengan klasifikasi ini, pemerintah berharap UMKM dapat berperan dalam membangun perekonomian nasional, termasuk pengembangan usaha daerah berdasarkan potensi dan arah pasarnya.

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, menyatakan bahwa usaha mikro, kecil,

dan menengah adalah kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat serta dapat berperan penting dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mencapai stabilitas nasional. Disamping itu usaha mikro, kecil dan menengah sebagai salah satu penopang utama perekonomian nasional, harus mengambil kesempatan utama, mendukung, melindungi dan mengembangkan seluas-luasnya sebagai bentuk keberpihakan usaha dengan golongan ekonomi kerakyatan, tidak mengabaikan peran korporasi dan badan usaha milik negara.

Desa Sindangmukti merupakan desa yang terletak di Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang, Jawa Barat, Indonesia. Desa Sindangmukti berbatasan langsung dengan Desa Sindangkarya di sebelah barat, Desa Sukaraja di sebelah timur, desa sindangsari sebelah utara, dan desa panyingkiran sebelah selatan. Desa Sindangmukti sendiri memiliki beberapa potensi UMKM yang jika dikembangkan dengan bijak akan menjadi sumber pendapatan yang cukup untuk mendukung pertumbuhan ekonomi desa itu sendiri. Salah satu dari beberapa UMKM yang ada di Desa Sindangmukti yaitu usaha penjualan bibit kembang kol yang di miliki oleh bapak Kosim.

Penjualan bibit kembang kol adalah UMKM yang cukup menjanjikan dalam mendorong ekonomi bapak Kosim dan keluarganya. Namun kurangnya informasi dan target pemasarannya yang hanya di desa itu sendiri membuat usaha bapak Karmo tidak cukup berkembang dan tidak banyak diketahui oleh masyarakat luas. Sehingga omset atau pendapatan dari penjualan bibit kembang kol ini hanya terpaku pada masyarakat di Sindangmukti saja.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis berinisiatif untuk menerapkan E-Commerce yang bertujuan untuk memperluas pemasaran usaha penjualan bibit kembang kol tersebut yang berpotensi akan meningkatkan omset pendapatan bapak Kosim.

### **Metode**

Pelaksanaan kegiatan KKN ini dilakukan secara Hybrid selama satu bulan yaitu dimulai sejak 1 Juli - 31 Juli 2022 yang dilaksanakan di Desa Sindangmukti, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang.

Metode yang digunakan Penulis adalah metode kualitatif. Penulis mengambil sasaran kajian pada UMKM penjualan bibit kembang kol. Dalam proses kajian, penulis melakukan beberapa tahap dalam pengumpulan data yaitu :

1. Observasi

Tahap observasi yaitu tahap pengumpulan data dengan cara terjun dan mendatangi langsung lokasi UMKM yang ada di Desa Sindangmukti.

2. Wawancara

Tahap wawancara adalah tahap pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada UMKM di Desa Sindangmukti.

3. Analisa

Tahap analisa adalah mengelola data yang diperoleh pada tahap observasi dan wawancara untuk menemukan permasalahan yang ada pada UMKM di Desa Sindangmukti.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil dari proses kajian yang telah Penulis lakukan, Penulis memperoleh beberapa data yaitu :

1. UMKM bibit kembang kol tidak hanya memproduksi bibit kembang kol saja tapi memproduksi juga bibit pare.



Gambar 1 Bibit Kembang Kol



Gambar 2 Bibit Kembang Kol

2. Target pasar hanya terfokus pada masyarakat dan petani Desa Sindangmukti.
3. Proses pemasaran dan penjualan masih menggunakan metode konvensional.
4. Kurang berkembangnya UMKM bibit kembang kol ini karena target pasarnya hanya di sekitar Desa Sindangmukti.

Berdasarkan data dan permasalahan tersebut penulis melakukan sosialisasi terhadap pelaku UMKM bibit kembang kol tentang pemanfaatan E-Commerce dalam membantu promosi dan memperluas target pasar.

## **Kesimpulan dan Rekomendasi**

### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil pada pelaksana KKN Hybrid yaitu :

1. UMKM bibit kembang kol ini memiliki nilai jual tersendiri.
2. Omset atau pendapatan hanya berpusat di desa saja jika tidak diperluas target pasarnya.
3. Pemanfaatan E-Commerce tentu akan sangat membantu dalam meningkatkan pelayanan jual beli dan memperluas target pasar.

### **B. Rekomendasi**

Setelah dilakukan observasi dan analisa, penulis menyarankan pemanfaatan E-Commerce secara keseluruhan dan mengimplementasikan manfaat dari E-Commerce

dari berbagai hal terutama dari hal pemasaran yang dapat menjangkau berbagai wilayah.

### **Daftar Pustaka**

- Darmawan Fathurrohman. (2017). *Scientific Paper Entrepreneur and Information Technology Peran dan Manfaat Teknologi Informasi Enterprise Resource Planning (ERP) Serta E-Commerce Dalam Dunia Bisnis*. 112.(05-Agustus-2022)
- Saputra, E., Inayati, N. I., & Hartikasari, A. I. (2021). *Pengembangan Umkm Berbasis Inovasi Produk*. 72–77.(05-Agustus-2022)
- Wijoyo, D. P., & Wardaya, M. (2021). Masa Pandemi: Umkm Dalam Menggunakan Social Media Dan E-Commerce Dalam Media Promosi. *Jurnal VICIDI*, 11(2), 60–69.  
<https://doi.org/10.37715/vicidi.v11i2.2395>(05-Agustus-2022)