

PEMANFAATAN PROMOSI ONLINE MENGGUNAKAN E-COMMERCE UNTUK UMKM DI DESA SINDANGMUKTI

Nopiti Yulistiani, Yuniar Rakhmtiar
Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer
lf19.nopitiyulistiani@mhs.ubpkarawang.ac.id
yuniar@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini ditandai dengan munculnya internet. Dengan adanya perkembangan teknologi berupa internet ini dapat mengubah proses bisnis. Internet sangat berguna untuk proses menjual dan membeli secara online atau sering dikenal dengan E-commerce. Selain itu Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk, Untuk menumbuhkan minat konsumen mencoba dan membeli produk yang dijual UMKM, diperlukan upaya, berbagai strategi pemasaran yang efektif salah satunya dengan kegiatan promosi. UMKM dari desa sindangmukti adalah UMKM aneka keripik dan bibit kembang kol, kegiatan usaha ini dimiliki perorangan atas nama ibu tayem dan bapak kosim. Permasalahan yang didapatkan adalah pemahaman pelaku usaha belum memahami bagaimana memanfaatkan teknologi digital sebagai tempat memasarkan hasil produksi, Tujuan dari kajian ini adalah untuk membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan usaha melalui media digital atau sering disebut E-commerce. Hasil dari kajian ini adalah memungkinkan distribusi produk lebih luas dan pelaku usaha memahami perkembangan digitalisasi UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa promosi melalui E-Commerce bermanfaat untuk menarik minat konsumen membeli produk UMKM sektor makanan dan pertanian

Kata Kunci : UMKM, E-Commerce, media sosial

Pendahuluan

UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia dimana pada pasca krisis perusahaan-perusahaan besar mengalami keruntuhan, namun UMKM mampu bertahan dan menjadi penolong serta penggerak perekonomian Indonesia. Untuk menumbuhkan minat konsumen mencoba dan membeli produk UMKM, diperlukan upaya berbagai strategi pemasaran yang efektif salah satunya dengan kegiatan promosi. Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini ditandai dengan munculnya internet. Dengan adanya perkembangan teknologi berupa internet ini dapat mengubah proses bisnis. Internet sangat berguna untuk proses menjual dan membeli secara online atau sering dikenal dengan E-commerce. E-commerce sendiri merupakan suatu aplikasi yang digunakan untuk melakukan aktivitas mulai bermunculan E-commerce seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak, Shopee, dan sebagainya. (Agus Dwi Cahya, 2021), Website dalam bentuk ecommerce sudah merupakan

kebutuhan dari bidang bisnis yang telah maju saat ini sebagai salah satu aspek penting yang mampu menarik minat konsumen sebagai jalur pemasaran baru dengan daya jangkauan pasar yang lebih luas. (Tyas Armanda, 2020) Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi digemari karena biayanya murah dan terkadang tanpa biaya. Aktivitas online dapat dilakukan melalui media sosial dengan mengirimkan pesan-pesan dan feedback dengan menggunakan kemampuan daya tarik pesan untuk memicu khalayak untuk dapat memperhatikan pesan yang disampaikan, Media sosial juga mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan daya jangkauan yang luar biasa dibandingkan media manapun (Zulia Khairani, 2018)

Desa Sindangmukti merupakan salah satu tempat dilaksanakannya Kuliah Kerja Nyata (KKN) secara online yang diselenggarakan oleh Universitas Buana Perjuangan Karawang, dimana mahasiswa benar-benar menjunjung tinggi dan mengabdikan tri dharma perguruan tinggi. Desa Sindangmukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang berada di daerah dataran/ pesawahan dengan ketinggian 7,5 m di atas permukaan laut, memiliki luas wilayah seluas 554 Ha terdiri dari sawah 412 Ha dan darat 142 Ha. Berjarak 3 km dari Kota Kecamatan, 21 km dari Kota Kabupaten, 88 km dari Ibu Kota Provinsi dan 75 km dari Ibu Kota Jakarta. Wilayah Desa Sindangmukti terdiri dari 4 dusun, 4 RW dan 11 RT, dengan jumlah penduduk 4.897 orang yang terdiri dari laki-laki 2.286 orang dan 2.611 orang perempuan dengan jumlah Kepala Keluarga 1.564 KK.

JUMLAH PENDUDUK

Tabel Jumlah Penduduk
Sumber: Desa Sindangmukti 2022

Dusun Kamurangjati	Dusun Rawakepuh	Dusun Ciligur I	Dusun Ciligur II
937	1097	1388	1475

Tersebar di 4 (Empat) Dusun. Kepadatan penduduk di wilayah Desa Sindangmukti rata-rata 13,13 m²/jiwa (dihitung menurut luas wilayah tanah darat/ pemukiman).

Secara administratif wilayah Desa Sindangmukti Kecamatan Kutawaluya berbatasan dengan :

1. Sebelah Utara : Desa Sindangsari
2. Sebelah Timur : Desa Sukaraja

3. Sebelah Selatan : Desa Panyingkiran
4. Sebelah Barat : Desa Sindangkarya

Sumber daya yang dimiliki oleh Desa sindangmukti sangat melimpah, hal ini berdasarkan pada hasil dari pengamatan penulis dimana pada saat melakukan kajian potensi desa, banyak sekali potensi yang bisa dimanfaatkan oleh Desa Sindangmukti untuk mengembangkan berbagai sektor kehidupan di desa tersebut seperti pendidikan, ekonomi, teknologi dan lain sebagainya. Kajian tersebut bertujuan untuk mengetahui apa saja potensi yang dimiliki oleh desa sindangmukti, serta apa saja yang menjadi kekurangan pada desa tersebut sehingga nantinya penulis dapat merekomendasikan saran perkembangan desa dari bidang-bidang tertentu. Pada desa ini teknologi yang dimiliki belum terjangkau secara menyeluruh, hal ini dapat dilihat pada pemerintahan Desa Sindangmukti yang belum mempunyai Sistem Informasi untuk mengembangkan UMKM desa yang terstruktur dan kompleks serta belum melakukan pendigitalisasian pada sistem informasi tersebut. Hal ini tentunya menjadi salah satu penghambat pada pengembangan desa yang dilakukan, karena teknologi merupakan salah satu komponen yang cukup penting pada masa digitalisasi dewasa ini.

Dengan perkembangan yang dilakukan oleh Desa Sindangmukti khususnya pada bidang teknologi ini, nantinya Desa Sindangmukti dapat menjadi salah satu desa contoh yang menjadi tolak ukur kemajuan desa-desa lainnya, tak hanya di bidang teknologi melainkan dalam hal pengembangan UMKM melalui media digital bagi masyarakat. Alasan mengambil judul “ pemanfaatan promosi online menggunakan E-Commerce untuk UMKM di desa sindangmukti “ ini berdasarkan latar belakang dan uraian yang telah penulis uraikan sebelumnya.

Metode

Lamanya pelaksanaan kajian ini adalah selama 1 bulan yaitu mulai dari tanggal 1 Juli 2022 sampai 31 Juli 2022, yang dilaksanakan di Desa sindangmukti Kecamatan kutawaluya Kabupaten Karawang. Target/sasaran yang menjadi fokus kajian adalah bagaimana pelaku UMKM desa Sindangmukti mampu memahami dan menerapkan digitalisasi UMKM melalui ecommerce atau media digital lainnya untuk mengembangkan dan memperluas UMKM desa. Metode yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Imam Gunawan penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak dimulai dari teori yang telah dipersiapkan sebelumnya, tetapi dimulai dari lapangan berdasarkan

lingkungan alami Untuk memperoleh data yang diperlukan guna mendukung pelaksanaan kajian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data antara lain sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi diperlukan untuk mendapatkan data berupa dokumen, baik mengenai perilaku pedagogik maupun sara dan prasarana

2. Wawancara

Wawancara (interview) adalah pengumpulan data dengan bertanya langsung antara (petugas) peneliti dengan responden. Wawancara dilakukan di lokasi kajian dengan pihak yang berhubungan dengan topik kajian yang diangkat, yaitu Kepala Desa, Sekretaris Desa serta pihak-pihak lain yang bersangkutan.

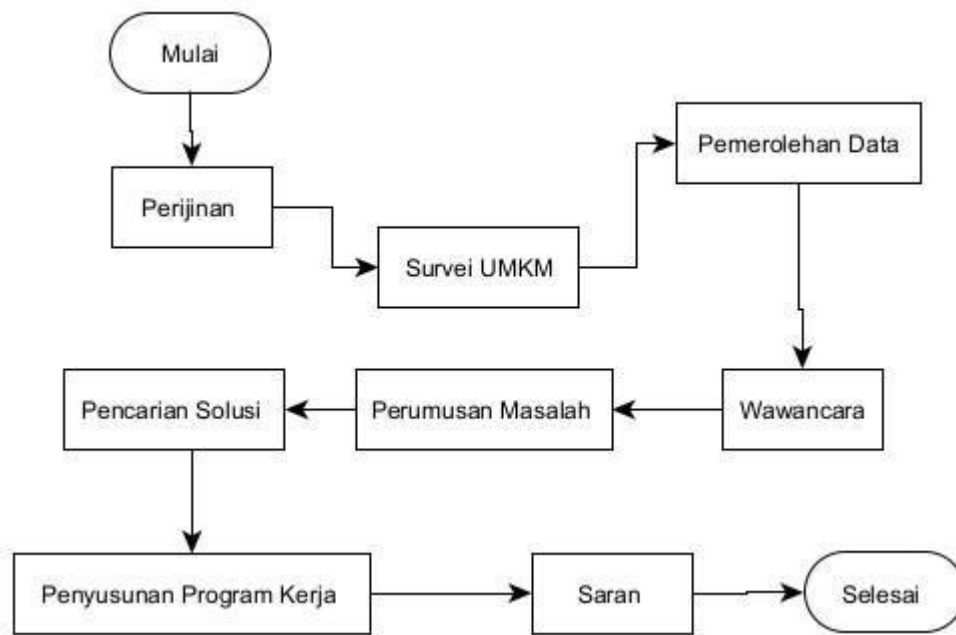
3. Dokumentasi

Penulis mengamati dokumen yang berhubungan dengan informasi-informasi mengenai Manajemen Desa Kertasari seperti data potensi desa, data statistik penduduk dan wilayah serta data-data lainnya yang berkaitan dengan kajian ada pada situs prodeskel bina desa kemendagri.

Capaian pada kajian ini tentang pengembangan ekonomi masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan digitalisasi usaha mikro kecil dan menengah dengan harapan dapat memperluas pemasaran hasil produksi, Berikut ini adalah table kegiatan yang dilakukan : Tabel Waktu dan tempat

No	Keterangan	Juli			
		Minggu ke-1	minggu ke-2	minggu ke-3	minggu ke-4
1	Pengumpulan Data				
2	observasi dan wawancara				
3	pengembangan umkm				
4	study pustaka				
5	pembuatan laporan				

Prosedur yang dilakukan dimulai dari mengumpulkan data UMKM yang didapatkan dari Desa setempat. wawancara dan observasi secara langsung pada pemilik usaha Hasil dari wawancara dan observasi tersebut didapatkan sebuah masalah yang ada pada UMKM yang dikaji dan terakhir yaitu proses pengembangan UMKM dalam memanfaatkan digitalisasi UMKM melalui e-commerce atau media aplikasi digital lainnya.



Gambar Alur Prosedur Kajian
 Sumber : Penulis 2022

Instrumen yang digunakan dalam kajian adalah wawancara dan observasi secara langsung dengan pemilik usaha kripik dan bibit kembangkol :

Table Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah Bapak Pemilik Usaha ini ?	Iya, saya pemilik usaha ini
2.	Apa nama produk ini ?	Bibit Kembang kol
3.	Sejak tahun berapa merintis usaha ini ?	Sejak 2010
4.	Apakah sudah dipasarkan melalui aplikasi digital ?	Belum, karena tidak ada yang mengerti caranya
5.	Dalam sehari produk ini bisa menghasilkan berapa banyak ?	Dalam sehari biasanya menghasilkan 1 box per orang, jadi jika yang ngebantu ada 5 orang, berarti dapat 5 box

Hasil Penelitian dan Pembahasan



Gambar UMKM Desa Sindangmukti
Sumber : KKN Desa Sindangmukti 2022

Aneka keripik kering dan bibit kembangkol merupakan produk UMKM Karawang, buatan salah satu warga desa sindangmukti, Berdasarkan informasi yang didapatkan dari pihak Desa, maka UMKM Keripik yang di miliki oleh ibu tayem dan bibit kembang kol yang di miliki bapak kosim menjadi objek pada kajian ini. Hasil dari wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha, permasalahan yang didapatkan adalah belum memahaminya pelaku usaha dengan perkembangan digitalisasi UMKM, dengan ini penulis melakukan pendampingan terhadap pelaku UMKM untuk menggunakan e-commerce untuk memperluas hasil produksi. Dalam upaya untuk meningkatkan penjualan produk UMKM keripik dan bibit kembang kol maka dilakukan observasi terlebih dahulu ke tempat tersebut dan berdiskusi seputar UMKM serta permasalahan yang dialami oleh pemilik usaha tersebut, setelah melakukan penelitian mengenai permasalahan tersebut, dapat di katakan bahwa penjualan online menggunakan E-Commerce memiliki pengaruh dan peran yang cukup penting dalam mengembangkan UMKM. KKN Desa Sindangmukti mengajak pelaku UMKM untuk mendukung program digitalisasi UMKM. Dengan Bertahan dan meningkatkan penjualan UMKM dengan dukungan ekosistem digital. Pengembangan UMKM khususnya di Desa Sindangmukti masih memiliki hambatan tertentu, terutama dalam pemasaran produk dan jasa. Hambatan tersebut mulai dari manajemen produk (pengemasan dan branding) hingga praktik pemasaran secara digital. Berikut adalah beberapa hasil dan tahapan kegiatan yang dapat menjadi solusi atas permasalahan yang ada di UMKM tersebut:

1. Melakukan Sosialisasi terhadap 2 UMKM yang di bina dengan mengadakan sosialisasi di kantor desa serta memberikan benefit bagi para peserta yang diharapkan dapat memberikan banyak manfaat.
2. Membuat poster promosi produk UMKM dengan semenarik mungkin dan mempromosikannya melalui sosial media.

3. Mendesain spanduk/banner kemudian dipasangkan pada masing-masing tempat UMKM agar dapat memudahkan konsumen dalam mengenali tempat UMKM.
4. Mendaftarkan akun sosial media untuk penjualan UMKM.



Gambar Pengembangan UMKM
Sumber : KKN Desa Sindangmukti 2022

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan yang di peroleh yaitu dengan Memperluas pengetahuan pemilik dalam hal pendaftaran e-commerce dan media digital lainnya, dapat membantu pemilik UMKM untuk memperluas pemasaran hasil produksi dan Dengan memanfaatkan penjualan online dengan E-Commerce sebagai media yang digunakan untuk memasarkan produk merupakan langkah yang tepat karena dapat menunjang dan mempengaruhi tingkat penjualan produk UMKM keripik dan bibit kembang kol desa sindangmukti

Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat diberikan terhadap pelaku UMKM yaitu :

1. Penulis dapat mendaftarkan e-commerce atau penjualan online untuk UMKM lainnya.
2. Penulis dapat mensosialisasikan UMKM lainnya tentang pentingnya e-commerce.

Daftar Pustaka

- Agus Dwi Cahya, F. A. (2021). MEMANFAATKAN MARKETPLACE SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION*;, Vol. 4, No. 3, July2021. Diakses 02 Agustus 2022
- Henny. (2020). Sistem Informasi Manajemen Kependudukan Desa (SIMKADES) Berbasis Web. *JURNAL SISTEM INFORMASI DAN TEKNIK KOMPUTER*, Vol. 5, No.1, (2020) ISSN: 2502-5899, 45-51. Diakses 02 Agustus 2022
- Tyas Armanda, A. D. (2020). RANCANG BANGUN APLIKASI E-COMMERCE. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*, . 17-24. Diakses 02 Agustus 2022
- Zulfikar, A. M. (2020). Marketing Digital bagi Pelaku UMKM Desa Gondangmanis. . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Ekonomi. Jombang*. Diakses 02 Agustus 2022
- Zulia Khairani, E. S. (2018). EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI INSTAGRAM PADA UMKM SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA PEKAN BARU. *Jurnal Benefita*, 239-247. Diakses 02 Agustus 2022