

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN AKHIR KULIAH KERJA NYATA (KKN)
PERIODE 01 — 31 JULI 2022
SDN KUTAMUKTI II
DESA/KELURAHAN KUTAMUKTI KECAMATAN KUTAWALUYA
KABUPATEN KARAWANG

Disahkan pada :

Hari : Senin

Tanggal : 08 Agustus 2022

Karawang, 08 Agustus 2022

Mengetahui

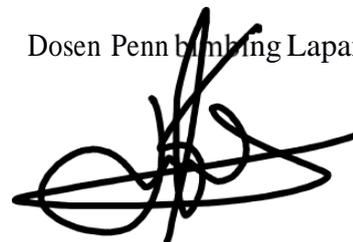
Ketua LPPM

Afif Hakim, S.T.,M.T.

NIDN. 0412098701

Menyetujui

Dosen Pembimbing Lapangan



Muhammad Abas, S.H., M.H.

NIDN. 0422048002

LEMBAR PENYATAAN

Saya yang beranda tangan dibawah ini:

Nama : Anistasya Jovanka

NIM 19416286201144

Desa/Kelurahan : Kutamukti

Kecamatan Kutawaluya

sebagai mahasiswa peserta KKN 2022 menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

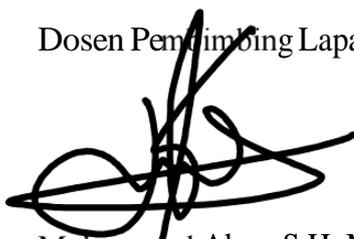
1. Telah melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa/Kelurahan Kutamukti Kecamatan KutawaluyaKabupaten Karawang dengan penuntanggung jawab.
2. Tidak memiliki tanggungan janji, barang, atau bentuk apapun dengan masyarakat Desa/kelurahanKutamukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang.
3. Tidak meminjam, menyimpan, serta membawa benda/berkas apapun milik masyarakat Desa/kelurahan Kutamukti Kecamatan KutawaluyaKabupaten Karawang tanpa seizin pemiliknya.
4. Laporan akhir individu dibuat dengan berlandaskan data dan informasi yang didapatkan dan tidak melakukan tindakan plagiarisme.
5. Tidak akan menyebarkan dan menyalahgunakan akun prodeskel kepada siapapun dan untuk kepentingan apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Karawang, 29 Juli 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Lapangan



Muhammad Abas.,S.H.,M.H.

NIDN. 04220488002

Yang Menyatakan,

Peserta KKN 2022

Anistasya Jovanka

NIM. 19416261201144

PELATIHAN DIGITALISASI UMKM DAN PEMBUATAN AKUN E-COMMERCE DESA KUTAMUKTIKECAMATAN KUTAWALUYA

Anistasya Jovanka

E-mail . Mn19.anistasyajovanka@mhs.ubpkarawang.ac.id

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Jalan Ronggo Waluyo Sirnabaya, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361

ABSTRAK

Tujuan Kegiatan Pelatihan digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) serta pembuatan akun E-Commerce adalah membantu masyarakat kutamukti Usaha Mandiri dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapinya dalam upaya mengembangkan usaha, mulai dari aspek produksi maupun manajemen usahahinggayangterutamaadalahdalamsegipemasaran berbasisdigitalisasi UMKMyang diharapkan akan tercipta kemandirian secara ekonomi dan meningkatnya pendapatan usaha mereka. Target Khususdalamkegiatan Pelatihandigitalisasi UMKNserta Pembuatanakun E-Commerce adalah dihasilkannya. 1) Program dalam produksi; 2) Program dalam pengelolaan Keuangan; dan 3) Program dalam pemasaran. Pelatihan digitalisasi UMKM dan pembuatan akun E-Commerce dilaksanakan pada tanggal 18 Febuari dan 28 juli 2022. Pelatihan dan pembuatan akun E- Commerce ini ditujukan untuk UMKM kutamukti. E- Commerce yang dibuat diantaranya Akun Shoppe, Facebook dan Instagram. Diharapkan dengan adanya Pelatihan digitalisasi UMKM serta Pembuatan akun E-Commerce ini akan terbentuk masyarakat yang berwirausaha secara inovatif dalam proses pemasaran, Mandiri dan tanggap terhadap permintaan pasar sehingga akan memberikan kontribusi yang positif terhadap masyarakat dan lingkungannya.

Kata Kunci *Usaha Mikro Kecil Menengah. E-Commerce.*

Pendahuluan

Kutamukti adalah salah satu desa di Kecarnatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, Indonesia.'Kutarnukti memiliki 4.286 jumlah penduduk yang terdiri dari 2.389 penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 2.437 penduduk berjenis kelamin perempuan.



Pada tahun 1966 Desa Kutagandok dibawah pimpinan Kepala Desa ALI MANSUR, yang kemudian dimekarkan dengan Desa Kutamukti. Pada Tahun 1972 yang saat itu di Pjs kan kepada Kades HARIS KARDI pada tahun 1974, Desa Kutamukti dimekarkan dengan Desa Kutajaya. Untuk kepemimpinannya Desa Kutamukti dipimpin oleh Pjs Haris Kardi. Pada tahun 1976 hasil pemilihan Kutamukti dipimpin oleh Kepala Desa HARIS KARDI sampai masa jabatan 1992. Pada tahun 1992 Kutamukti melakukan Pemilihan Kepala Desa yang dimenangkan oleh H.MUCHLAS dan pada saat yang bersamaan dimekarkan dengan Desa Kutaraja, namun sebelum habis masa jabatannya pada tahun 1999 Desa Kutamukti di Pjskan kembali yaitu oleh H.MASDJOYO sampai september 2001, dan pada tahun yang sama Desa Kutamukti melaksanakan Pilkades dengan Kepala Desa terpilih yaitu : HAERUDIN dengan masa jabatannya sampai 14 Juli 2008 menjelang Pilkades berikutnya dipimpin oleh Pjs Kades MAS'UT sampai 10 september 2008, dan pada tanggal 30 Agustus Desa Kutamukti melaksanakan kembali Pilkades definitif yang dimenangkan kembali oleh Kades HAERUDIN yang menjabat sampai tahun 2014. Pada tanggal 19 September 2014 Kepala Desa Kutamukti dipimpin oleh Pj.Kades SUNANDI (Sekdes PNS) dan pada tanggal 22 Pebruari 2015 dilaksanakan Pilkades definitif dan terpilih Kembali Kepala Desa HAERUDIN dan 20 Maret 2015 secara resmi jabatan Kepala Desa Kutamukti dipimpin oleh Kades HAERUDIN untuk periode 2015 sampai 2021. Pada tanggal 20 Maret 2021 Kepala Desa Kutamukti dipimpin oleh Pj.Kades DEDI SUGANDI,SKM (Kasi Pem Kec) dan pada tanggal 21 Maret 2021 dilaksanakan Pilkades definitif dan terpilih Kepala Desa AAN MARYANI dan 21 April 2021 secara resmi jabatan Kepala Desa Kutamukti dipimpin oleh Kades AAN MARYANI untuk periode 2021 sampai 2027.

Kutamukti adalah salah satu desa di Karawang yang memiliki jumlah masyarakat usia produktif yang cukup tinggi Tidak hanya mengandalkan sektor pertanian, masyarakat desa kutamukti juga mengandalkan sektor UMKM sebagai mata pencaharian sehari — hari Namun masih jarang ditemukan masyarakat yang memasarkan hasil UMKM nya secara mandiri ke pasar digital, banyak yang hanya memilih untuk memasarkan hasil karyanya melalui pihak ketiga Dengan keuntungan itu, serta banyaknya UMKM yang ada di Kutamukti, masyarakat diharapkan mampu untuk beralih dalam memasarkan produknya dari sistem konvensional ke sistem digital sesuai dengan perkembangan jaman.

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta memberi cara baru dalam melakukan aktivitas bagi kehidupan manusia Digitalisasi bisnis sudah menjadi salah satu strategi untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya teknologi dan jangkauan pasar yang lebih luas maka muncul yang disebut dengan Digital Marketing Hal ini dapat didelinisikan sebagai kegiatan marketing, termasuk branding, yang menggunakan berbagai media berbasis web Digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing) (Qamari et al., 2021).

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha yang cukup mendominasi dijalankan oleh pelaku usaha. Berdasarkan data BPS didapatkan bahwa

perkembangan UMKM di Indonesia pada 2013 sampai 2015 mengalami kenaikan untuk industry mikro namun perkembangan industri kecil mengalami penurunan setiap tahun (Idah & Pinilih, 2020) Pelaku bisnis mulai menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk menjalankan maupun menunjang kegiatan bisnis mereka. Pergerakan dan perubahan cara berbisnis yang kian cepat ke arah digitalisasi ini memaksa pelaku bisnis untuk beradaptasi mengikuti perubahan tersebut. Bagi perusahaan besar, perubahan pola bisnis yang mengarah pada proses digitalisasi ini tidak terlalu mengalami kendala dikarenakan dengan karakteristik perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang cukup baik. Namun, bagi UMKM proses digitalisasi ini akan membutuhkan banyak persiapan. Tujuan dilaksanakannya pelatihan digitalisasi bisnis UMKM adalah untuk menjawab permasalahan UMKM di kutamukti, yaitu pengusaha UMKM Pengrajin kulit buaya, Tanaman hias, Pembuatan meubel. Adapun permasalahan mitra adalah kurangnya pengetahuan wawasan mitraseputar bisnisonline. Maka dari itu kami berusaha untuk melakukan suatu pelatihan dan pembuatan media akun E — Commerce sebagai penunjang kegiatan bisnis pada Berdasarkan hal tersebut Kegiatan ini berusaha untuk merumuskan strategi pengembangan digitalisasi UMKM guna mendukung perkembangan UMKM serta sebagai bahan masukan bagi pelaku UMKM dalam menerapkan digitalisasi dalam proses bisnisnya.

Metode

Metode pendekatan pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu pendekatan langsung kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada bagian Pelatihan Digitalisasi UMKM dilakukan melalui kerjasama dengan masyarakat dan diskusi mengenai produk yang akan dipasarkan melalui E-Commerce. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Mahasiswa kkn di Desa Kutamukti E-Commerce yang dipakai pada kegiatan ini adalah Berdasarkan 6 golongan E-Commerce yang tersedia tersebut, maka Shopee, Facebook dan Instagram termasuk dalam Business to consumer (B2C), dimana jenis ecommerce ini, menjual produk atau jasa kepada konsumen, seperti toko Online.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan digitalisasi UMKM dan pembuatan akun E-Commerce dilaksanakan pada tanggal 28 juli 2022. Pelatihan dan pembuatan akun E-Commerce ini ditujukan untuk UMKM KWT Usaha Mandiri, Kenanga, dan Cempaka. E-Commerce yang kami buat diantaranya Shopee, Facebook dan Instagram. Berdasarkan 6 golongan E-Commerce yang tersedia tersebut, maka Shopee, Facebook dan Instagram termasuk dalam Business to consumer (B2C), dimana jenis ecommerce ini, menjual produk atau jasa kepada konsumen. Seperti toko Online.

Dari beberapa fitur dan keuntungan yang ditawarkan oleh E-Commerce kepada konsumen, maka E-Commerce sangat membantu sekali dalam melakukan promosi jual beli produk, Adanya pelatihan dan pembuatan E-Commerce setiap UMKM maka dapat membantu dalam pemasaran produk dan justru lebih membefikan nilai tambah serta menghemat beberapa proses pemasaran, terutama disaat pandemi seperti ini yang menuntut wirausahawan harus memberikan ide-ide baru untuk kemajuan usahanya yang dijalankan



Gambar 1 sosialisasi



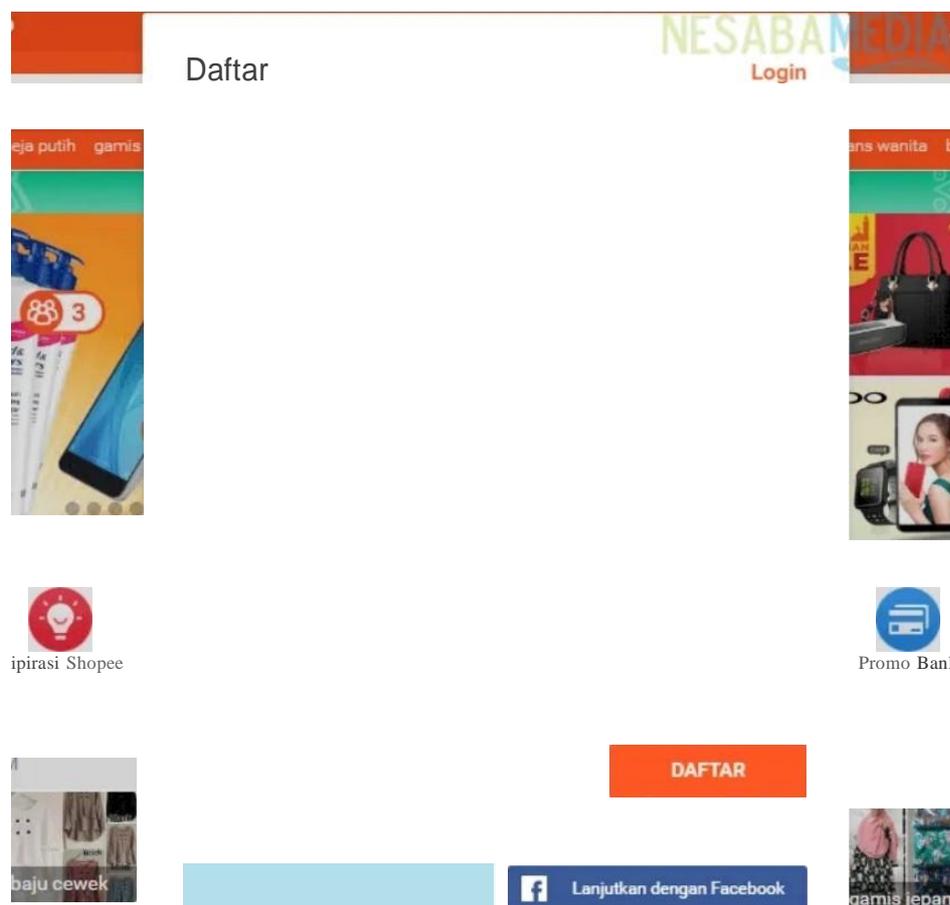
Gambar 2 sosialisasi

Permasalahan dan Solusi

Berprogres untuk menjalankan program kerja berkenaan dengan Pelatihan Digitalisasi UMKM dan Pembuatan Akun E-Commerce sebagai jalan terbaik untuk mengatasi permasalahan pasar dari produk-produk yang telah diciptakan. Sehingga penjualan produk kelak akan lebih mudah dan lebih efisien serta efektif.

Pada Pelatihan Digitalisasi yang dilaksanakan di Desa Kutamukti, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang menerapkan langsung proses pembuatan account mediasosial dan ecommerce yang akan digunakan untuk memudahkan masyarakat khususnya anggota di Desa Kutamukti, berikut merupakan tahapan dan langkah pembuatan account email, Shopee, Instagram & Facebook.

Contoh pembuatan akun shopee



Gambar 1 cara mendaftar akun shopee

- 1 Buka laman resmi dari Shopee bagi Anda pengguna komputer atau buka aplikasi Shopee di Play Store atau Apps Store bagi Anda pengguna handphone.
2. Membuat akun baru dengan klik ‘DaPar’, dan lakukan verifikasi melalui handphone atau email.
3. Selanjutnya, Anda hanya perlu mengubah username Shopee. Buat nama toko sesuai target pasar dan berhubungan dengan kategori produk yang ingin Anda jual.
4. Melengkapi profil toko di Shopee sangat penting untuk dilakukan bagi Anda yang ingin berjualan di Shopee. Shopee memberikan dua pilihan untuk melengkapi profil toko, yaitu melalui Seller Centre atau aplikasi Shopee.
5. Buka Seller Centre Shopee melalui laman resmi Shopee Indonesia. Kemudian, Anda diminta untuk login dan pilih ‘Profil Toko’
- 7 Selanjutnya, Anda diminta untuk melengkapi nama toko di isian ‘Nama Toko’
8. Terakhir Anda diminta untuk mengisi ‘Deskripsi Gambar’ dan ‘Deskripsi’ setelah itu klik ‘Simpan’

Kesimpulan

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta memberi cara baru dalam melakukan aktivitas bagi kehidupan manusia. Digitalisasi bisnis sudah menjadi salah satu strategi untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya teknologi dan jangkauan pasar yang lebih luas maka muncul yang disebut dengan Digital Marketing. Hal ini dapat didefinisikan sebagai kegiatan marketing, termasuk branding, yang menggunakan berbagai media berbasis web. Digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing) (Qamari et al., 2021).

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha yang cukup mendominasi dijalankan oleh pelaku usaha. Berdasarkan data BPS didapatkan bahwa perkembangan UMKM di Indonesia pada 2013 sampai 2015 mengalami kenaikan untuk industri mikro namun perkembangan industri kecil mengalami penurunan setiap tahun (Idah & Pinilih, 2020). Pelaku bisnis mulai menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk menjalankan maupun menunjang kegiatan bisnis mereka. Pergerakan dan perubahan cara

berbisnis yang kian cepat ke arah digitalisasi ini memaksa pelaku bisnis untuk beradaptasi mengikuti perubahan tersebut. Bagi perusahaan besar, perubahan pola bisnis yang mengarah pada proses digitalisasi ini tidak terlalu mengalami kendala dikarenakan dengan karakteristik perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang cukup baik.

Rekomendasi

Program Kerja KKN (Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat) untuk masyarakat rutin dilakukan supaya masyarakat benar-benar memiliki. Adanya pelatihan dan pembuatan E-Commerce setiap makadapat membantu dalam pemasaran produk dan justru lebih memberikan nilai tambah serta menghemat beberapa proses pemasaran karena E-Commerce dapat merambah dunia pasar lebih luas, terutama disaat pandemi seperti ini yang menuntut wirausaha harus terus memberikan ide-ide baru untuk kemajuan usaha yang dijalankan.

Daftar Pustaka

- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). *Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. Providing Seminar Nasional Dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,"* 9(1), 195-204.
- Kenneth J. Laudon, Jane P. Laudon. 1998. *Sistem Inforntasi Manajemen. The Digital Firm, International Edition.* New Jersey: Pentise Hall International Inc.
- Qamari, I. N., Herawati, R., Handayani, S., Junaedi, F., & Jati, L. I. (2021). *Digitalisasi Bisnis Kelompok Umkm Di Desa Poncosari, Bantul, Yogyakarta, Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Progl am Pengabdian Masyarakat,* 310-315. <https://dot.org/10.18196/ppm.32.211>