

PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DESA TANGKOLO MELALUI PEMANFAATAN KOMODITAS LOKAL KOPI DAN KAPOLAGA

Saskia Eka Cahyani , Nadya Putri Saylendra

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas
Buana Perjuangan Karawang if19.saskiacahyani@mhs.ubpkarawang.ac.id ,
Nadya.saylendra@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat menuntut masyarakat untuk mulai mengenal dan selalu berhubungan dengan internet. Salah satu gaya hidup baru yang lahir adalah belanja melalui internet atau sering disebut e-commerce. Pemanfaatan e-commerce tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, tetapi juga dilakukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pemanfaatan e-commerce dalam rangka meningkatkan daya saing UMKM di Desa Tangkolo, Kecamatan Subang, Kabupaten Kuningan. Sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan perekonomian Desa Tangkolo, setelah melakukan riset dan penelitian untuk menggabungkan 2 (dua) zat yang terkandung dalam kopi dan kapulaga menjadi sebuah produk kopi dalam kemasan siap saji dan siap untuk di pasarkan. Metode yang dilakukan adalah dengan cara observasi langsung ke lapangan dan membangun SDM Nu SAJATI serta pelatihan kepada jajaran pemdes agar bisa dikembangkan berkelanjutan sebagai produk lokal unggulan. Untuk selanjutnya, perlu dilakukan optimalisasi pendidikan bermutu dalam membangun karakter berwirausaha secara merata dan sejak dini.

Kata kunci: Perkembangan Teknologi, UMKM, E-COMMERCE

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu isu penting dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs). Pertumbuhan ekonomi termasuk menjadi perhatian khusus secara global, baik dari sektor formal maupun sektor informal. Demikian juga di Indonesia, khususnya di Desa Tangkolo Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat, pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan agroindustri kapulaga perlu ditingkatkan.

Kabupaten Kuningan terdiri dari beberapa desa, salah satunya adalah Desa Tangkolo tepatnya di Kecamatan Subang. Umum nya masyarakat di Desa Tangkolo bekerja sebagai petani, namun yang sangat mendominasi adalah petani kapulaga. Hal ini dibuktikan dengan petani di Desa Tangkolo gemar menanam kapulaga dan memiliki lahan luas untuk menanam kapulaga.

Kapulaga merupakan komoditas yang menjadi keunggulan di Desa Tangkolo. Hal ini menjadi sebuah potensi desa yang akan kami berdayakan, mengubah kapulaga menjadi sebuah produk yang dapat dikonsumsi dan memiliki nilai jual serta berdaya saing, guna mewujudkan pembangunan perekonomian potensi desa. Kapulaga adalah komoditas rempah-rempah *Familia Zingiberaceae* yang cukup diperhitungkan di Indonesia. Bagian kapulaga yang sering dimanfaatkan adalah biji kapulaga, selain digunakan untuk bumbu masakan dan obat, ternyata biji kapulaga dapat dijadikan minuman.

Pembangunan perekonomian pada sektor pertanian menjadi salah satu prioritas yangaat ini dilakukan oleh pemerintah Indonesia. salah satunya adalah pembangunan subsektor perkebunan. Pengembangan subsektor perkebunan memiliki arah mewujudkan perkebunan yang efisien, produktif, dan berdaya saing tinggi demi kemakmuran rakyat secara berkeadilan dan berkesinambungan.

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat saat ini menuntut masyarakat untuk mulai mengenal dan selalu berhubungan dengan internet. Internet yang dahulu dianggap sebagai kecanggihan teknologi yang semu, pada saat ini menjelma menjadi dunia nyata yang berhasil menciptakan gaya hidup baru manusia modern, mulai dari handphone, netbook, laptop dan aneka gadget lainnya. Salah satu gaya hidup baru yang lahir adalah belanja melalui internet atau sering disebut *e-commerce*. *E-Commerce* adalah suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan (Laudon 1998).

E-commerce merupakan bagian dari *e-business* dimana selain menggunakan teknologi

jaringan, juga menggunakan teknologi basis data (*database*), surat elektronik (*email*) dan bentuk teknologi *non computer* lain, seperti halnya sistem pengiriman barang dan alat pembayaran. Penggunaan *e-commerce* merupakan sebuah keharusan dalam dunia usaha, mengingat masalah yang semakin kompleks, kompetitor yang semakin menjamur dan tuntutan untuk selalu mengikuti perkembangan dunia global yang mengharuskan untuk selalubertindak kreatif.

Keberadaan UMKM di Desa Tangkolo yang terletak di Kecamatan Suban, Kabupaten Kuningan sangat tertinggal jika dibandingkan dengan desa-desa lain di Kecamatan Subang. Oleh karena itu adanya gebrakan baru yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T LLDIKTI Wilayah 4 Jawa Barat dan Banten yang mengusulkan dan menciptakan suatu produk berupa minuman dari bahan dasar kopi dan kapolaga. Masyarakat Desa Tangkolo sangat terbuka dan mendukung penuh pelaksanaan program KKNT khususnya demi kemajuan ekonomi di Desa Tangkolo dan Kabupaten Subang pada umumnya. Namun, UMKM tersebut belum menggunakan *e-commerce*. Tidak memanfaatkan *e-commerce* akan berdampak pada lemahnya daya saing dan ketertinggalan dengan perusahaan-perusahaan yang telah memanfaatkan *e-commerce* (bisnis online) sebagai pemasaran yang efektif dan efisien. Seiring dengan persaingan bisnis yang semakin tinggi dan minimnya *pemanfaatan e-commerce* dalam pengembangan bisnis UMKM, maka diperlukan pengkajian mengenai pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing UMKM di Desa Tangkolo, Kecamatan Subang, Kabupaten Kuningan.

METODE

Metode yang digunakan pada artikel adalah metode deskriptif. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana fenomena aktivitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan daya saing usahanya. Analisis data dilakukan secara kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan jawaban responden yang kemudian disajikan dalam bentuk table dan grafik. Penulis melakukan wawancara langsung pada beberapa pemilik UMKM yang ada di Desa Tangkolo, Kecamatan Subang, Kabupaten Kuningan yang memanfaatkan *e-commerce* dalam kegiatan pemasaran dan penjualannya.

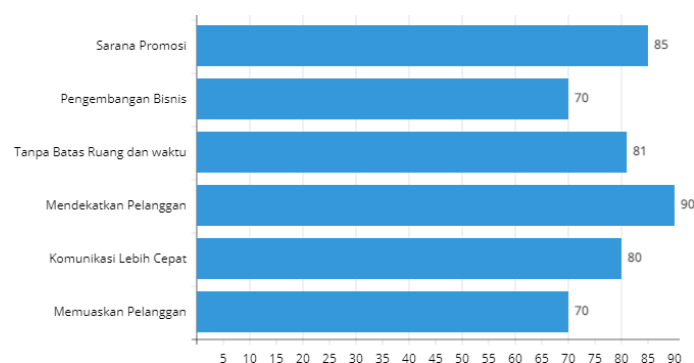
HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara geografis, Desa Tangkolo terletak paling timur di Kabupaten Kuningan berbatasan langsung dengan Kabupaten Ciamis dan Jawa Tengah, walaupun desa paling ujung di Kabupaten Kuningan tetapi letak Desa Tangkolo sangatlah strategis karena dihipit oleh

Kabupaten Ciamis dan Provinsi Jawa Tengah. Kebanyakan masyarakatnya mempunyai pekerjaan sebagai seorang petani dan berkebun. Perbedaan karakteristik tempat menjadi daya tarik tersendiri bagi suatu daerah.

Desa Tangkolo sebagai desa yang berpotensi mempunyai ciri khas produk lokal, sudah berhasil membuat sebuah produk baru melalui mahasiswa KKN-Tematik LLDIKTI 2022 yang melakukan riset dan penelitian menggabungkan dua komoditas berupa kopi dan kapulaga menjadi sebuah produk unggulan kopi kapulaga. Akan tetapi, masih sedikit pemanfaatan *e-commerce* sebagai media promosi dan pemasarannya. Hal ini terlihat dimana konsumen terbanyak bersalah dari desa itu sendiri maupun dalam kota. Sehingga UMKM tersebut mengeluh tentang kesulitan dalam memasarkan produknya.

Faktor yang paling mempengaruhi para pelaku UMKM di Desa Tangkolo dalam memanfaatkan *e-commerce* adalah dapat memudahkan dalam promosi dan pemasaran produk. Tanpa melakukan promosi dan memasarkan produk secara terus menerus, maka usaha mereka akan tergerus dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Selain itu, para pelaku UMKM juga menyadari bahwa mereka harus mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern dan adanya tuntutan yang semakin besar untuk lebih kreatif dalam menjalankan usahanya. Adanya keinginan untuk mengembangkan bisnis juga menjadi salah satu factor yang mendukung pelaku UMKM untuk memanfaatkan *e-commerce*, ketiadaan batas ruang dan waktu dalam dunia digital menjadikan usaha yang mereka lakukan akan membuka peluang untuk dapat menjual produknya sampai ke pasar global. Faktor lain yang mendorong pelaku UMKM memanfaatkan *e-commerce* adalah dapat membangun *merk*, mendekatkan dengan pelanggan, membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan dan dapat memuaskan pelanggan dengan pelayanan yang lebih cepat.



Gambar 1 Manfaat E-Commerce Desa Tangkolo

Sedangkan faktor yang menjadi kendala dalam memanfaatkan *e-commerce* adalah

persaingan dalam dunia bisnis *online* ini sangat ketat, minimnya kepercayaan antara penjual dan pembeli, dan minimnya pengetahuan atau wawasan pelaku UMKM terhadap *e-commerce* dan masih kurangnya jaringan untuk mengakses *e-commerce* tersebut.

Faktor itu terjadi dikarenakan para pelaku UMKM tersebut meyakini bahwa mereka sudah mempunyai konsumen atau pelanggan yang tetap dalam membeli produknya. Dampak Pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing UMKM di Desa Tangkolo, Kecamatan Subang, Kabupaten Kuningan. Pemanfaatan *e-commerce* akan memberikan banyak dampak positif maupun negatif terhadap UMKM. Dampak positif yang paling dirasakan dan langsung dirasakan oleh pelaku UMKM adalah pendapatan mereka akan semakin meningkat dan produk mereka akan dikenal oleh masyarakat yang lebih luas sehingga memudahkan untuk mendapatkan pelanggan baru dalam kota maupun luar kota bahkan luar pulau Jawa. Dan dampak lainnya ialah memangkas biaya promosi dikarenakan untuk mempromosikan produk di *e-commerce* tidak ada biaya alias gratis.

Selain adanya dampak positif, pemanfaatan *e-commerce* pun memberikan dampak negatif. Dampak negatif yang dialami oleh para pelaku UMKM adalah akan adanya persaingan yang semakin ketat. Di dalam dunia bisnis *online* atau *e-commerce* semua masyarakat dapat melakukan kegiatan jual beli sehingga dapat membuka peluang bagi siapapun untuk menjual produknya. Dampak negatif selanjutnya ialah rentannya terhadap penipuan dan akan memunculkan penjiplakan ide dan produk yang serupa.

Pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh UMKM Desa Tangkolo akan berdampak dalam meningkatnya daya saing. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM sebelumnya hanya membuka toko di rumah atau menjual produknya langsung ke pasar tradisional. Namun seiring penggunaan *e-commerce* untuk kegiatan jual beli. Produknya akan di pasarkan tidak hanya dalam lingkup kota, tetapi akan sampai luar kota sampai luar pulau Jawa.

KESIMPULAN

Masyarakat Desa Tangkolo sangat terbuka dan mendukung penuh pelaksanaan program KKNT khususnya demi kemajuan ekonomi di Desa Tangkolo dan Kabupaten Subang pada umumnya. Seluruh pihak mengharapkan adanya keberlanjutan hasil program KKNT dalam hal pembinaan formal maupun non formal untuk pemanfaatan komoditas lokal kopi dan kapulaga menjadi produk unggulan di Desa Tangkolo yang pada dasarnya membutuhkan bimbingan untuk dikembangkan secara lebih lagi guna mempertahankan existensinya dalam masyarakat.

Para pelaku UMKM berpandangan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dapat memperluas pemasaran, memberikan efisiensi bisnis, biaya operasional terkendali, tidak terbatas ruang dan waktu dan dapat meningkatkan pendapatan. Secara garis besar pemanfaatan *e-commerce* dapat menjadi strategi bersaing yang akan meningkatkan daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- AAker, D. A and McLoughlin, D. (2010). *Strategic Market Management: Global Perspectives (9th ed)*. New Jersey Andriyanto,
- Irsad. (2018). *Penguatan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui ECommerce*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 6. No. 2, Desember 2018
- Brata, Aloysius Gunadi. (2003). *Distribusi Spasial UMKM di Masa Krisis Ekonomi*. *Jurnal Ekonomi Rakyat*, Th. II No.8 November
- BPS. (2018). *Klasifikasi UMKM diunduh Agustus 2019*. www.BPS.go.id
- Burgess, et al. (2003), *Factors Affecting Adoption of Electronic Commerce Technologies by SMEs; an Australian Study*, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol.10, No.3
- Grandon dan J.M, Pearson. (2004). *E-commerce Adoption: an empirical study of small and medium US Business*.
- Setiawati, Beta dan Djoko Soejono. (2019). *Nilai Tambah dan Prospek Pengembangan Agroindustri Kopi Herbal Kapulaga di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe*. (Jember: Universitas Jember)
- Febrianto, Noor. (2015). *Pengembangan Minuman Kopi Herbal Kapulaga: Kajian Karakteristik Fisikokimia dan Persepsi Konsumen Terhadap Sifat Sensorik*. *PELITA PERKEBUNAN*, 31(1),1-12.

Direktorat Jenderal Perkebunan (Dirjen Perkebunan). (2019). Statistik Perkebunan

Indonesia: Kopi Tahun 2018-2020. (Jakarta: Kementerian Pertanian)

Aang F P P dan Ramadhani F. (2020). Journal of Industrial View 02. 33–42.

H, Latifa dan Rochdiani D. (2020). Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan

Agribisnis 6. 33–42.