

IMPLEMENTASI E-COMMERCE DALAM MEMASARKAN PRODUK UMKM DESA JATIMULYA

Daffa Nazmi Alwan , Lia Amalia
Program Studi Teknik Informatika
Fakultas Ilmu Komputer

If19.daffaalwan@mhs.ubpkarawang.ac.id , liaamalia@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Desa Jatimulya merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang. Desa Jatimulya memiliki potensi yang cukup besar, antara lain potensi wisata, potensi pertanian dan potensi UMKM yang jika dikelola dengan baik akan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah. Komoditas pertanian maupun perdagangan secara bersama-sama diolah oleh masyarakat desa kemudian menjadi produk unggulan desa, yang kemudian dipasarkan oleh masyarakat maupun UMKM yang ada di Desa Jatimulya. Telah banyak produk UMKM dan Pertanian yang telah dihasilkan, tetapi masih terkendala dengan pemasaran. Masyarakat Desa Jatimulya sebagian besar belum memiliki kemampuan dalam melakukan pemasaran baik secara manual maupun secara digital dengan memanfaatkan teknologi informasi. Berdasarkan hal tersebut maka perlu untuk dilakukan observasi dan pelatihan kepada masyarakat desa dan UMKM agar memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam melakukan pemasaran secara digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-commerce memberikan pengaruh positif bagi pemilik UMKM untuk meningkatkan penjualan dan memudahkan para pembeli untuk membeli produk pemilik UMKM tersebut. Aplikasi pemasaran yang paling menunjukkan hasil yang signifikan adalah Instagram dan Shoope. Oleh karena itu dibuatlah sistem penjualan UMKM Desa Jatimulya berbasis Website, Dengan harapan agar UMKM Desa Jatimulya bisa lebih maju dari segi pemasarannya. Meskipun demikian, para pelaku usaha mengaku bahwa pesan promosi pemasaran masih terdampak lebih besar jika dilakukan secara langsung.

Kata Kunci: E-Commerce, UMKM, Pemasaran

Pendahuluan

Pengaruh pandemi virus Covid-19 cukup memberikan dampak utamanya di bidang ekonomi, seperti halnya para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), yang dengan

menurunnya produktifitas usaha, jangankan mendapatkan keuntungan, bahkan untuk mengembalikan modal saja belum tentu bisa. Pandemi telah menghancurkan sisi terpenting ekonomi yaitu *supply* (persediaan) dan juga *demand* (permintaan). Dari sisi *supply* banyak UMKM mengalami pengurangan aktivitas karena adanya kebijakan pembatasan interaksi sosial yang berujung pada terhentinya proses produksi, dan dari sisi *demand* berkurangnya permintaan atas barang dan jasa mengakibatkan banyak UMKM yang tidak dapat memaksimalkan keuntungan. Salah satu strategi pemulihan ekonomi adalah terhubung dengan ekosistem digital, dengan cara mendigitalisasi pasar agar para pelaku usaha bisa tetap melakukan aktivitas usahanya meskipun di tengah pandemi Covid-19. Pelaku UMKM bisa mulai berubah dalam membangkitkan usaha-usahanya dan menyesuaikan diri di era new normal dengan memanfaatkan teknologi informasi di dalam bisnisnya. Namun upaya mengintegrasikan UMKM dengan ekosistem digital memerlukan ketrampilan khusus yang harus dikuasai oleh para pelaku usaha UMKM. Untuk itu maka menjadi hal yang cukup penting untuk dilakukannya pendampingan kapasitas UMKM dalam peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran digital.

Usaha mikro kecil dan menengah atau biasa disebut (UMKM) justru menjadi industri yang paling mudah terkena hantaman pandemi virus corona. Agar UMKM tetap bisa berproduksi dan terhindar dari kejatuhannya, maka solusi untuk membantu UMKM agar tetap berjalan adalah dengan cara meningkatkan penjualan produk melalui E-Commerce. UMKM adalah bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang (Hamdani SE, 2021)

E-Commerce adalah adalah penjualan, pembelian, pemasaran barang melalui sistem online, maka dari itu E-Commerce menjadi sasaran pelaku usaha, khususnya UMKM karena media ini dapat menjangkau konsumen dengan jangkauan luas. Belum lagi beberapa platform seperti media sosial menjadi media pertama dan unggulan bagi UMKM karena biaya yang terbilang murah dan mudah untuk mengaplikasikannya. 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 (Loudon, 2020)

Metode

Metode yang digunakan adalah observasi dan interview ke pemilik UMKM di desa Jatimulya. Metode yang dipakai bertujuan untuk mengumpulkan data dari UMKM tersebut. Selain itu UMKM yang ada didesa Jatimulya ini pun menjadi jawaban dalam pemasaran dan memberikan solusi bagi pemilik UMKM untuk meningkatkan penjualan produknya dengan cara menggunakan E-Commerce sebagai media pembantu mendapatkan konsumen secara luas.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Observasi menunjukkan bahwa pemilik usaha UMKM menganggap E-Commerce sangatlah tepat untuk digunakan di masa covid saat ini. Dan juga efektif untuk beraktivitas di luar ruangan. E-Commerce media untuk memberikan informasi kepada konsumen. Selain karena konsumen begitu dekat hubungannya dengan E-Commerce, Media yang satu ini pun sangat cepat dalam menyebarkan promosi untuk para konsumen.

Beberapa faktor yang membuat pemilik UMKM kesulitan memasarkan produknya adalah jumlah pelanggan yang berkurang, kesulitan dalam mendapatkan modal usaha, ketidakpastian PPKM berakhir, tidak bisa menerima pelanggan di tempat, pembatasan jam kerja dan masih banyak faktor lainnya. Dampaknya pun ada yang mengeluh karena menurunnya penjualan produk dan berkurangnya pelanggan. PPKM pun banyak membuat sejumlah UMKM dibatasi jam kerja, Dan para pemilik UMKM pun berusaha agar produk harus berjalan dengan cara memasarkannya di media online.

Dengan adanya E-Commerce, pemasaran, seperti Website UMKM Desa Jatimulya menjadi lebih cepat informasi sampai kepada pelanggan, sehingga konsumen tertarik melihat promosi, ataupun bonus yang diberikan oleh pemilik usaha tersebut untuk menambah pemasukan.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan yang didapat adalah bahwa penggunaan E-Commerce sangatlah tepat pada saat pandemi covid-19 ini. Karena jangkauan pasarnya tergolong luas dan tidak terbatas oleh tempat, serta mudah mendapatkan pelanggan dari tempat jauh manapun. Pemasukan yang didapat oleh pelaku UMKM seiring dengan berjalannya waktu terus meningkat. E-Commerce

pun cukup efektif dipakai saat masa pandemi covid ini. Karena kondisi saat ini pemerintah telah menetapkan PPKM yang mengakibatkan sejumlah usaha mengalami penurunan dikarenakan pembatasan kerumunan dan jam kerja.

Lampiran







DAFTAR MENU MAKANAN DAN MINUMAN

Pilih Kategori ▾

Cari



Kripik Pisang

Rp. 5,000

Beli

Detail Produk



Goring (Goreng Garing)

Made By **KKN UBP**

Daftar Pustaka

Mumtahana, Hani Atun, Sekreningsih Nita, and Adzinta Winerawan Tito. "*Pemanfaatan Web E-Commerce untuk meningkatkan strategi pemasaran.*" *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika* 3.1 (2017): 6-15.

DWIJAYANTI, Andina; PRAMESTI, Puji. "*Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek Beradek di masa Pandemi Covid-19*". *Ikra-Ith Abdimas*, (2021), 4.2: 68-73.

Rakanita, Amanda Mastisia. "*Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karangsari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak.*" *Jurnal Ekbis* 20.2 (2019): 1280-1289.