

SOSIALISASI DAN DIGITALISASI PENJUALAN PRODUK UNGGULAN UMKM DESA SINDANGSARI MELALUI PENGUNAAN E-COMMERCE SEBAGAI PLATFORM PEMASARAN

Aprilia Putri Nardilasari , Laras Ratu Khalida

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Buana Perjuangan Karawang

si19.aprilianardilasari@mhs.ubpkarawang.ac.id ,

laras.ratu@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

UMKM adalah suatu usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha yang berukuran kecil. Kemajuan teknologi sudah menjadi bagian terintegrasi dan bersinergi terhadap kehidupan manusia. Perkembangan teknologi tidak hanya merubah model bisnis yang bergerak di bidangnya, tapi juga sudah merambah ke berbagai bidang, termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Keberadaan UMKM di Indonesia dipercayai mampu memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, agar para pelaku UMKM terus dapat bertahan dengan perubahan teknologi sangat cepat, maka pelaku UMKM harus terus belajar dan siap mandiri untuk merubah model bisnis mengikuti perkembangan zaman. Salah satu perubahan tersebut dengan mendigitalisasi produk yang mereka jual. Edukasi bagi UMKM di desa Sindangsari terkait bagaimana menghubungkan produk mereka secara digital yaitu salah satunya memperkenalkan e-commerce sebagai platform pemasaran. E-commerce adalah electronic commerce, yaitu semua bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik yang penting untuk dilakukan agar bisnis UMKM tidak hanya bertahan di tengah persaingan tapi juga bisa tumbuh dan berkembang ke skala yang lebih besar. Secara detail metode yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penulisan meliputi studi lapangan dan studi pustaka. Studi lapangan meliputi wawancara dan pengamatan. Studi pustaka dilakukan dengan penelitian kepustakaan yang relevan dengan masalah yang dihadapi penulis. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan salah satu upaya yang dilakukan dalam mewujudkan hal itu adalah telah dibuatkan akun e-commerce yaitu shopee dan dilakukan sosialisasi terkait edukasi digitalisasi umkm tersebut khususnya kepada warga masyarakat desa Sindangsari.

Kata kunci : UMKM, Digitalisasi, E-commerce

PENDAHULUAN

Sindangsari adalah salah satu desa di Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, Indonesia. Kepala Desa Sindangsari di pimpin oleh Kaning Suryawinata. Kode wilayah administrasi desa Sindangsari adalah 32.15.07.2011 dengan kode Pos 41358. Jumlah dusun yang ada di desa Sindangsari sebanyak 5 dusun, terdapat 5 RW dan 18 RT. Mata

pencaharian masyarakat desa Sindangsari mayoritas sebagai petani, selain itu menurut data dari desa, masyarakat desa Sindangsari menjalankan usaha mikro kecil menengah (UMKM) perseorangan dirumah atau berjualan keliling. Terdapat kurang lebih 59 UMKM yang terdiri dari 20 pedagang siomay, 25 warung, 8 pedagang sayuran, 1 pedagang buah-buahan, 1 counter pulsa, dan 4 pedagang kelontong.

Kemajuan teknologi mempengaruhi hampir seluruh bidang kehidupan di dunia. Perekonomian menjadi salah satu sektor yang tersentuh pengaruh kemajuan teknologi. Teknologi yang terus berkembang telah membuat perubahan dalam kehidupan masyarakat khususnya teknologi informasi dan komunikasi (Saraswati, 2020). Keberadaan UMKM di Indonesia dipercayai mampu memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% UMKM memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. UMKM adalah suatu usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha yang berukuran kecil. Kemajuan teknologi sudah menjadi bagian terintegrasi dan bersinergi terhadap kehidupan manusia. Perkembangan teknologi tidak hanya merubah model bisnis yang bergerak di bidangnya, tapi juga sudah merambah ke berbagai bidang, termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Oleh karena itu, agar para pelaku UMKM terus dapat bertahan dengan perubahan teknologi sangat cepat, maka pelaku UMKM harus terus belajar dan siap mandiri untuk merubah model bisnis mengikuti perkembangan zaman. Salah satu perubahan tersebut dengan mendigitalisasi produk yang mereka jual. Dan untuk itu edukasi bagi UMKM di desa Sindangsari terkait bagaimana menghubungkan produk mereka secara digital yaitu sangat penting salah satunya penggunaan perdagangan elektronik atau yang biasa disebut dengan electronic commerce (e-commerce) sebagai platform pemasaran. Electronic Commerce (perniagaan elektronik) merupakan bagian dari electronic business (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic tranmission). Definisi global tentang e-Commerce adalah semua bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik. Dengan aplikasi e-commerce, hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya (pemasok, distributor, rekanan, konsumen) dapat dilakukan secara lebih cepat, lebih intensif, dan lebih murah daripada aplikasi prinsip manajemen secara konvensional (door to door, one-to-one relationship) hal ini sangat penting untuk dilakukan agar bisnis UMKM tidak hanya

bertahan di tengah persaingan tapi juga bisa tumbuh dan berkembang ke skala yang lebih besar. Salah satu upaya yang dilakukan dalam mewujudkan hal itu adalah telah dibuatkan akun e-commerce yaitu shopee dan dilakukan sosialisasi terkait edukasi digitalisasi umkm tersebut khususnya kepada warga masyarakat desa Sindangsari. Shopee berhasil bersaing dengan platform *marketplace* lainnya dalam menarik minat konsumen di Indonesia dengan berbagai strategi marketing yang dilakukan. Shopee memiliki keunikan yang membuatnya berbeda dengan e-commerce lainnya seperti Shopee memberikan layanan gratis ongkos kirim seluruh Indonesia dengan syarat tertentu, *marketplace* pertama yang menyediakan fitur personal chat antara penjual dan pembeli sehingga terdapat komunikasi yang baik antara pembeli serta penjual untuk menjauhi hal-hal yang tidak menguntungkan, serta Shopee memberikan garansi harga termurah sehingga apabila penggunanya menemukan harga produk yang lebih murah di e-commerce lainnya.

Digitalisasi UMKM yang beralih ke pola penjualan secara online melalui *marketplace* menjadi suatu pemecahan masalah bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk bertahan tetap hidup dan membantu perekonomian Indonesia.

METODE

Tempat KKN dilaksanakan di Desa Sindangsari yang beralamat di Jalan Sindangsari Kelurahan Sindangsari, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat 41358. Untuk waktu kegiatan KKN dilaksanakan selama 1 bulan dimulai pada hari Jumat 1 Juli 2022 sampai dengan 31 Juli 2022, di Desa Sindangsari. Pelaksanaan KKN dilaksanakan setiap hari senin, rabu, dan sabtu selama kurang lebih 8 jam perhari mulai pukul 09.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB.



Gambar Peta Wilayah Desa Sindangsari

(Sumber : Google)

Adapun prosedur kegiatan KKN di desa Sindangsari, yaitu mengamati potensi para

UMKM desa Sindangsari dan selain itu berpartisipasi dalam kegiatan desa seperti rapat minggon setiap hari rabu bertempat di kantor desa Sindangsari, mengisikan prodeskel, mengikuti kegiatan posyandu, Jumat bersih, dan kegiatan sosialisasi bersama para aparatur desa, pelaku UMKM dan warga sekitar.

Dalam penyusunan laporan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini, metode yang digunakan, yaitu sebagai berikut.

1. Observasi

Suatu aktivitas mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah kajian.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan para pelaku UMKM. Hal tersebut dilakukan untuk mendapat data yang lebih lengkap dan akurat sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

3. Literatur

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan KKN yang sistematis, penulis melakukan studi literatur agar dapat mendukung dalam proses penyusunan laporan KKN. Literatur yang menjadi rujukan antara lain buku jurnal online, atau artikel online yang berkaitan dengan penulisan laporan KKN.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

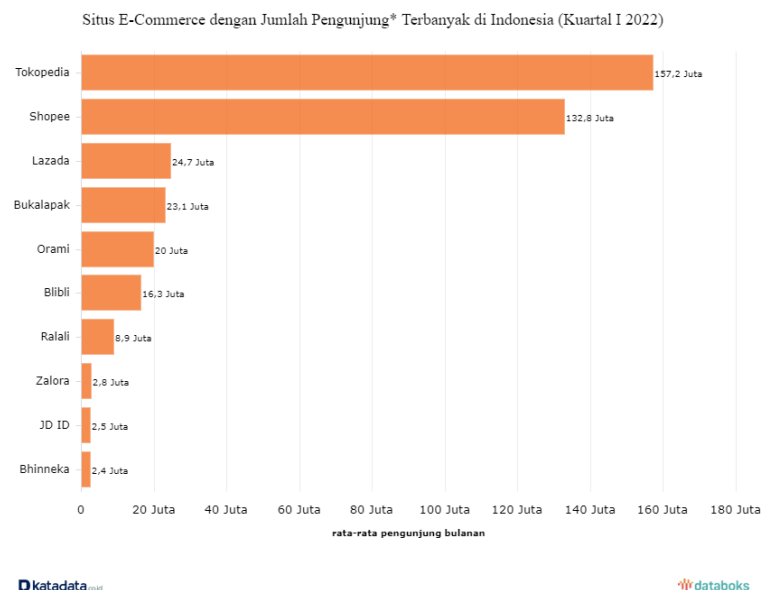
UMKM desa Sindangsari yang dijadikan inovasi oleh mahasiswa KKN yaitu siomay, kerupuk cap ikan dan aneka kue kering dengan melakukan pembinaan untuk memajukan UMKM yang berada di desa Sindangsari diantaranya dengan pelaksanaan untuk meningkatkan dan membantu pemasaran serta mengubah dan mempercantik kemasan agar produk terlihat lebih menarik dan menjual.



Gambar Produk Inovasi UMKM Khas Sindangsari

Dalam hal sudut pandang keilmuan yaitu Sistem Informasi terdapat beberapa permasalahan yaitu salah satunya dalam hal penjualan UMKM desa Sindangsari semuanya masih menggunakan cara konvensional atau tradisional maka penulis membantu dalam hal digitalisasi dalam membuat akun *marketplace* yaitu e-commerce shopee dan tentunya ditambah penunjang lainnya seperti akun media sosial seperti Facebook, Instagram. Media sosial menjadi alat promosi populer yang mungkin bahkan lebih berharga daripada bentuk iklan tradisional lainnya. Hal tersebut bertujuan agar target pasar bisa meluas ke luar wilayah desa Sindangsari itu sendiri dan diharapkan dengan penjualan online ini meningkatkan perekonomian desa serta memudahkan masyarakat dalam mengembangkan usahanya.

Dengan bertambahnya pengguna, platform *marketplace* bersaing memberikan pelayanan yang terbaik dengan berbagai strategi untuk pengguna di Indonesia mulai dari Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli.com, dan yang lainnya.



Gambar Data Pengunjung *Marketplace* di Indonesia

(Sumber : Iprice,2022)

Hadirnya Shopee sebagai *marketplace* terbesar dan kunjungan terbanyak menjadi potensi untuk pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya secara online (IPrice, 2020). Shopee menjadi solusi untuk memperkenalkan produk yang dijual dengan jangkauan pemasaran yang luas.

Berikut adalah contoh pembuatan akun shopee untuk UMKM khas desa Sindangsari



1/2

Kerupuk Cap Ikan

Rp7.000

Belum ada penilaian 0 Terjual

SPayLater Limit s/d 50JT & Voucher 250RB >

Gratis Ongkir >

Ongkos Kirim: Rp0

sindangsari_store
Aktif 20 menit lalu
KAB. KARAWANG

Kunjungi Toko

2 Produk N/A Penilaian 57% Chat Dibalas

Rincian Produk 9 menit

Stok	20
Masa Penyimpanan	1 Bulan
Dikirim Dari	KAB. KARAWANG - TELUKJAMBE TIMUR, JAWA BARAT, ID

Kerupuk Cap Ikan Alma Jaya

Isi 100gr (Gurih dan enak cocok untuk cemilan/makanan)

Terdiri dari 3 Varian rasa :

1. Pedas asin
2. Jagung bakar
3. Barbeque



1/2

Siomay Goreng Pedas Asin Daun Jeruk

Rp10.000

Belum ada penilaian 0 Terjual

SPayLater Limit s/d 50JT & Voucher 250RB >

Gratis Ongkir >

Ongkos Kirim: Rp0

sindangsari_store
Aktif 20 menit lalu
KAB. KARAWANG

Kunjungi Toko

2 Produk N/A Penilaian 57% Chat Dibalas

Rincian Produk 13 menit

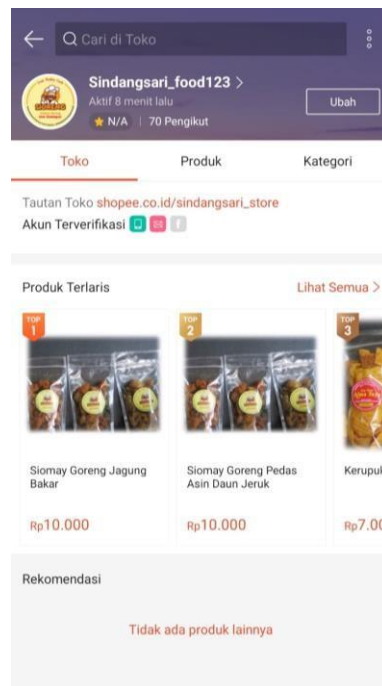
Stok	15
Masa Penyimpanan	1 Bulan
Dikirim Dari	KAB. KARAWANG - TELUKJAMBE TIMUR, JAWA BARAT, ID

Siomay Goreng Pedas Asin Daun Jeruk

Isi 100gr (Kriuk, Mantap dan Gurih)

Terdiri dari 3 Varian rasa :

1. Pedas asin
2. Jagung bakar
3. Barbeque



Gambar akun shopee untuk UMKM khas desa Sindangsari

Dalam digitalisasi penjualan produk unggulan UMKM desa sindangsari melalui penggunaan e-commerce sebagai platform pemasaran shopee, selain dibuatkan akun *marketplace* sebagai penunjang keberhasilan penjualan online maka diperlukan sosialisasi terhadap masyarakat khususnya pelaku UMKM desa Sindangsari diharapkan agar pelaku UMKM di desa Sindangsari tergerak untuk terus selalu berinovasi dalam pengembangan usahanya dan juga bisa beralih menjadi UMKM Go Digital yang dalam pengembangan usahanya memanfaatkan kemajuan teknologi internet. Adapun kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan pada hari Rabu, 20 Juli 2022 yang bertempat di Aula kantor desa Sindangsari.





Gambar Kegiatan Sosialisasi Digitalisasi UMKM

Kemampuan ahli digital dan internet ini adalah hal yang sudah mutlak yang harus dikuasai oleh pelaku UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan usaha (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Sehingga konsumen semakin terbiasa melakukan keputusan berdasarkan konten digital dan melakukan transaksi secara online dalam melakukan pembelian barang. Hal ini adalah tantangan namun juga merupakan peluang usaha yang cukup menguntungkan bagi UMKM di Indonesia. Berdasarkan uraian tersebut dapat diambil kesimpulan strategi pengembangan digitalisasi UMKM untuk mendukung perkembangan UMKM di Indonesia serta sebagai salah satu solusi dan sebagai bahan masukan bagi pelaku UMKM yaitu dalam melakukan digitalisasi dalam proses bisnisnya usahanya.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang diperoleh berdasarkan dari hasil penjelasan yang sudah disampaikan pada laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan digitalisasi UMKM untuk mendukung perkembangan UMKM di Indonesia serta sebagai salah satu solusi dan sebagai bahan masukan bagi pelaku UMKM yaitu dalam melakukan digitalisasi dalam proses bisnisnya usahanya.
2. Edukasi bagi UMKM di desa Sindangsari terkait bagaimana menghubungkan produk mereka secara digital yaitu sangat penting salah satunya memperkenalkan e-commerce sebagai platform pemasaran.
3. Hadirnya Shopee sebagai *marketplace* terbesar dan kunjungan terbanyak menjadi potensi untuk pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya secara online. Shopee menjadi solusi untuk memperkenalkan produk yang dijual dengan jangkauan pemasaran yang luas.

REKOMENDASI

Beberapa rekomendasi yang harus dilakukan untuk mengembangkan inovasi UMKM khususnya di desa Sindangsari adalah sebagai berikut :

1. Melakukan segala inovasi dalam pengembangan produk UMKM, sehingga mampu bersaing dengan para pelaku usaha lainnya.
2. Meningkatkan upaya kesadaran akan pentingnya teknologi dan digitalisasi agar terciptanya para pelaku UMKM yang mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Harto, B., & Komalasari, R. (2019). Optimalisasi Platform Online Internet Marketing Untuk Sme Little Rose Bandung. Empowerment in the Community, 1(1), 1-6. doi:http://dx.doi.org/10.31543/ecj.v1i1.357.g38
- Kaswarina, N. K. N. (2021). *PENGARUH PEMAHAMAN TEKNOLOGI INFORMASI, PENDAPATAN, DAN BIAYA TERHADAP PENGGUNAAN PLATFORM MARKETPLACE SHOPEE* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Sumarni, T., Melinda, L. D., & Komalasari, R. (2020). Media sosial dan e-commerce sebagai Solusi tantangan pemasaran pada masa pandemi covid-19 (Studi kasus: UMKM Warung Salapan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 163-171.
- Tirtana, A., Zulkarnain, A., Kristanto, B. K., Suhendra, S., & Hamzah, M. A. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 14(2), 101. <https://doi.org/10.32815/jitika.v14i2.473>
- Wijoyo, H., & Widiyanti. (2020). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Kahuripan*, 10–13.
- <https://www.google.com/maps/place/Sindangsari,+Kec.+Kutawaluya,+Karawang,+Jawa+Barat/@-6.1767551,107.369115z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x2e697e965bbf1707:0x443a0da2d660dac4!8m2!3d-6.1738697!4d107.3671431> Diakses pada tanggal 08 Agustus 2022 pukul 14.28 WIB.
- <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia> Diakses pada tanggal 08 Agustus 2022 pukul 14.45 WIB.