

PEMASARAN DIGITAL MELALUI E-COMMERCE UNTUK MENGEMBANGKAN UMKM DESA NANGERANG

Dennisa Avriel Ismail¹ , Rian Rahadian²

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer

si20.dennisaismail@mhs.ubpkarawang.ac.id¹

rian.rahadian@ubpkarawang.ac.id²

Ringkasan

Pada pemasaran digital melalui e-commerce untuk mengembangkan UMKM desa Nangerang, tujuan utama adalah memberikan pemahaman tentang pemasaran dan pengembangan yang mendalam tentang UMKM pada desa Nangerang serta tentang pemanfaatan e-commerce, Usaha Micro, Kecil dan Menengah merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi. Hal ini dikarenakan daya serap UMKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Tetapi UMKM masih menghadapi berbagai masalah antara lain masalah promosi dan pemasaran produk. Seiring perkembangan teknologi, maka ia juga telah digunakan untuk memasarkan dan menjual produk melalui platform media sosial, yang biasanya dikenal sebagai e-commerce. Pemasaran dan penjualan produk melalui platform media sosial memiliki banyak keuntungan, termasuk cakupan yang luas dan kemampuan untuk dilakukan di mana saja dan kapan saja. Oleh karena itu e-commerce patut dicoba untuk membantu mengembangkan UMKM yang ada pada desa Nangerang, memberikan edukasi tentang cara pemasaran produk mereka ke dunia digital, salah satunya adalah penggunaan e-commerce sebagai platform pemasaran. Dari penjelasan di atas, dapat diartikan pembuatan akun e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada DLL, serta sosialisasi tentang edukasi digitalisasi UMKM kepada masyarakat desa Nangerang merupakan salah satu langkah yang diambil untuk mencapai tujuan ini.

Kata kunci: UMKM, E-commerce, Pemasaran

Pendahuluan

Desa Nangerang terletak di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Luas wilayah Nangerang ialah 208,32 Ha. Sistem irigasi yang digunakan ialah

irigasi setengah teknis. Komoditas perkebunan ialah singkong, ubi, dan teh. Dalam kegiatan pertanian, Nangerang memiliki satu Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dan lima kelompok tani (Poktan). Nangerang dibagi menjadi dua dusun, empat Rukun Warga (RW), dan sepuluh Rukun Tetangga (RT). Penduduk di desa ini berjumlah 1992 jiwa, dengan jumlah perempuan 998 orang dan jumlah pria 994 orang. Mayoritas penduduk di desa ini beragama Islam. Sebagian besar penduduk di desa ini bekerja sebagai petani. Selain bertani, penduduk di desa Nangerang ini juga bekerja di tempat industri konveksi, industri makanan, perkebunan, dan perikanan. Hasil pertanian sebagian dikonsumsi sendiri, dijual langsung, atau pun dijual ke penampung (Bandar). Selain bekerja mandiri sebagai petani, beberapa warga bekerja sebagai pekerja di cabang perusahaan East-West Seed Indonesia. Perusahaan ini bergerak di bidang perbenihan dengan komoditi semangka dan sayuran.

Kemajuan teknologi telah mempengaruhi setiap aspek kehidupan sehari-hari di dunia, perekonomian merupakan salah satu sektor yang paling terkena dampak langsung dari kemajuan teknologi, teknologi yang digunakan saat ini telah mengubah cara hidup masyarakat secara signifikan, khususnya di bidang aspek kehidupan sehari-hari di dunia, Teknologi yang terus berkembang telah membuat perubahan dalam kehidupan masyarakat khususnya teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan banyak perubahan dalam era modern saat ini (Saraswati, 2020).

E-commerce merupakan bagian dari e-business dimana selain menggunakan teknologi jaringan, perusahaan juga menggunakan teknologi basis data, surat elektronik, dan bentuk teknologi non-komputer lainnya, seperti sistem pengiriman barang dan pemrosesan pembayaran. Salah satu contoh dari ranah pemasaran digital melalui E-commerce yaitu untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas, setiap masyarakat yang mempunyai usaha kecil ataupun besar harus mampu mengikuti perkembangan teknologi saat ini (Harto, 2020).

Dalam hal ini untuk mengikuti kemajuan teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk memasarkan dan mengembangkan bisnisnya melalui e-Commerce sehingga banyak terciptanya inovasi produk yang diminati para konsumen. Disarankan penjual beralih dari yang masih menggunakan penjualan manual menggunakan E-commerce. UMKM desa Nangerang ini harus memanfaatkan teknologi untuk mempermudah pemasaran dan transaksi penjualan pada UMKM tersebut agar lebih memperluas jangkauan pasar dan transaksi praktis, bisa berbasis kartu dan berbasis elektronik. Namun, saat ini UMKM desa Nangerang masih mengandalkan penjualan

manual atau sistem warung ke warung (Birley, S, 2021).

Oleh karena itu, pengembangan dan pemasaran UMKM merupakan hal yang sangat penting untuk para masyarakat desa, maka dari itu salah satu progam kerja dalam KKN ini merupakan pemasaran digital melalui e-commerce untuk mengembangkan UMKM desa Nangerang tentang bagaimana cara pengembangan produk dan pemasaran yang lebih baik menggunakan e-commerce lainnya. Tujuan dari program kerja ini adalah untuk mendapatkan tambahan ilmu tentang pengembangan dan pemasaran menggunakan e-commerce agar dapat bermanfaat bagi masyarakat desa.

Metode

Tempat KKN dilaksanakan di Desa Nangerang yang beralamat di Jalan Wanayasa-Bojong-Sawit, Desa Nangerang, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41174. Untuk waktu kegiatan KKN dilaksanakan selama 1 bulan dimulai pada 1 Juli 2023 sampai dengan 31 Juli 2023, di Desa Nangerang, penulis mengambil sasaran kajian pada masyarakat desa Nangerang. Program SDGs yang di ambil masuk ke dalam poin SDGs ke-8 yaitu “Pekerjaan dan Pertumbuhan Ekonomi Desa”.

Adapun Program Kerja KKN pada Desa Nangerang yaitu Pemasaran digital melalui E-commerce untuk mengembangkan UMKM Desa Nangerang dan selain itu berpartisipasi dalam kegiatan desa seperti rapat minggon yang bertempat di kantor desa Nangerang, mengikuti kegiatan desa, mengikuti kegiatan posyandu, mengikuti kegiatan kerja bakti dan Jumat bersih, dan kegiatan sosialisasi bersama para aparatur desa, pelaku UMKM dan warga sekitar.

No	Waktu	Durasi	Kegiatan	PIC	Keterangan
1	10.00 – 10.15	15 menit	Pembukaan acara	Raja Yusuf A.	Dihadiri oleh masyarakat Desa Nangerang ±30 orang
2	10.16 – 10.30	15 menit	Materi 1	Dennisa Avriel Ismail	Dihadiri oleh masyarakat Desa Nangerang ±30 orang

3	10.31 – 10.45	15 menit	Materi 2	Elsa Nurmalasari	Dihadiri oleh masyarakat Desa Nangerang ±30 orang
4	10. 46 – -11.00	15 menit	Materi 3	Muhammad Saepulloh	Dihadiri oleh masyarakat Desa Nangerang ±30 orang
5	11. 01 –11.15	15 menit	Materi 4	M. Andika Sunardin	Bersama masyarakat Desa Nangerang yang menghadiri acara
6	11.16 – 11.45	30 menit	Sesi tanya jawab	Seluruh peserta dan pemateri	Doorprize untuk 4 orang
7	11.46 – 12.00	15 menit	Penutup	Raja Yusuf A.	Seluruh pemateri ikut serta

Hasil Penelitian dan Pembahasan

UMKM desa Nangerang yang dijadikan inovasi yaitu kripik pisang Nangerang atau yang bisa di singkat dengan kata KEPINANG dengan melakukan pembinaan untuk memajukan UMKM yang berada di desa Nangerang diantaranya dengan pelaksanaan untuk meningkatkan dan membantu pemasaran serta mengembangkan UMKM yang ada pada desa Nangerang.



Gambar 1. Logo terbaru KEPINANG

Pada bidang pengembangan keilmuan yaitu Sistem Informasi terdapat beberapa permasalahan yaitu salah satunya dalam hal penjualan UMKM desa Nangerang semuanya masih menggunakan cara manual maka penulis membantu dalam hal digitalisasi dalam akun marketplace yaitu e-commerce dan tentunya ditambah penunjang lainnya seperti akun media sosial contohnya seperti, Instagram, Tiktok. Media sosial menjadi alat promosi yang sangat populer. Tujuannya adalah agar target pasar dapat melakukan perjalanan ke kota Nangerang sendiri, dan diharapkan dengan dari perdagangan internet akan meningkatkan perekonomian kota dan memudahkan penduduk untuk melakukan transaksi. agar target pasar bisa meluas ke luar wilayah desa Nangerang itu sendiri dan diharapkan dengan penjualan online ini meningkatkan perekonomian desa serta memudahkan masyarakat dalam mengembangkan usahanya.



Gambar 2. Sosialisasi Pembuatan dan Pengembangan UMKM desa Nangerang



Gambar 3. Sosialisasi Pembuatan dan Pengembangan UMKM desa Nangerang



Gambar 4. Pembuatan Kripik Pisang

Dalam digitalisasi penjualan produk UMKM desa Nangerang melalui penggunaan e-commerce sebagai platform pemasaran, sebagai penunjang keberhasilan penjualan online maka diperlukan sosialisasi terhadap masyarakat khususnya pelaku UMKM desa Nangerang diharapkan agar pelaku UMKM di desa Nangerang tergerak untuk terus selalu berinovasi dalam pengembangan usahanya dan juga bisa beralih menjadi UMKM Digital yang dalam pengembangan usahanya memanfaatkan kemajuan teknologi internet dan pemasaran yang menggunakan media sosial. Adapun kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan pada hari Rabu, 12 Juli 2023 yang bertempat di Aula kantor desa Nangerang yang berjudul “ Sosialisasi pembuatan dan pengembangan UMKM desa Nangerang”.

Kesimpulan dan Rekomendasi

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

Strategi pengembangan digitalisasi UMKM untuk mendukung perkembangan UMKM pada desa Nangerang sebagai salah satu solusi dan sebagai bahan masukan bagi pelaku UMKM yaitu dalam melakukan digitalisasi dalam proses bisnisnya usahanya menggunakan e-commerce, melakukan Edukasi bagi UMKM di desa Nangerang terkait sangat penting bagaimana menghubungkan produk mereka secara digital yaitu sangat penting salah satunya memperkenalkan

e-commerce sebagai platform pemasaran. Hadirnya e-commerce sebagai marketplace terbesar dan kunjungan terbanyak menjadi potensi untuk pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya secara online. menjadi solusi untuk memperkenalkan produk yang dijual dengan jangkauan pemasaran yang sangat luas.

Poin SDGs nomor 8 tentang Pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi desa sudah dilakukan salah satunya dengan cara mengadakan program kerja Pemasaran digital melalui E-commerce untuk mengembangkan UMKM Desa Nangerang yang di lakukan secara sosialisasi kepada masyarakat desa Nangerang, sehingga diharapkan dengan terlaksananya program kerja ini masyarakat desa Nangerang dapat memahami dan melaksanakan apa yang telah di lakukannya sosialisasi ini yang sudah diberikan oleh Tim ataupun teori yang telah dijelaskan juga dapat bermanfaat untuk masyarakat desa Nangerang serta dapat mempunyai UMKM yang maju dan juga bermanfaat untuk UMKM desa Nangerang.

Daftar Pustaka

Nardilasari, A. P. (2023). Osialisasi Dan Digitalisasi Penjualan Produk Unggulan Umkm Desa Sindangsari Melalui Penggunaan E-Commerce Sebagai Abdima Jurnal Pengabdian ..., 2(2), 7192–7201. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/download/4146/2891>

Ikhsanto, jurusan teknik mesin L. N. (2020). No
主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析 {Title}. 21(1), 1–9.

Adina Dwijayanti, P. P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. Ikra-Ith Abdimas, 4(2), 68–73. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772>

Febriyanti Darnis, R. A. A. (2019). Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (e-Commerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedado. Sindimas, 1(1), 275–278. <http://sisfotenika.stmikpontianak.ac.id/index.php/sindimas/article/view/584>

Nardilasari, A. P., Khalida, L. R., Studi, P., Informasi, S., Ilmu, F., Buana, U., Karawang, P., Karawang, K., & Barat, J. (2011). Unggulan Umkm Desa Sindangsari Melalui Penggunaan E-Commerce Sebagai Platform. 2(2), 7192–7201.

Sudiantini, D., Adelia, L., Prastiwi, L., BR Kembaren, L., & Dwi Saiful Qhozi, M. (2023). Manajemen Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sebuah Kinerja UMKM. SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi, 1(6), 1641–1650. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.902>

Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika, 3(1), 6–15. <https://doi.org/10.23917/khif.v3i1.3309>

Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. Jurnal Manajemen Komunikasi, 5(2), 259. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>

Rakanita, A. M. (2019). 294835762-1. Jurnal EKBIS, 20 (2), 1280–1289.

Jaidan, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. Jurnal Sistem Informasi, 2(1), 159–168.