

## **Sosialisasi dan penerapan pemasaran produk UMKM menggunakan *E-Commerce* di Desa Puspasari**

Mochamad Fachrizal Chudair

Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer

[If19.mochamadchudair@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:If19.mochamadchudair@mhs.ubpkarawang.ac.id)

### **Abstrak**

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam semua ekonomi di dunia, karena terkait dengan penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, kontribusi pada inovasi dan produk domestik bruto suatu negara. Namun banyak dari bisnis UMKM menghadapi tantangan dan sering gagal dalam waktu singkat. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM ini diantaranya adalah terkait dengan produk dan cara pemasaran yang efektif. Banyak UMKM di desa Puspasari yang kurang memahami pentingnya pemasaran melalui internet untuk memperluas usahanya. Program kerja ini bertujuan untuk menganalisa kendala yang ada di Desa Puspasari, melakukan pembinaan terkait pengenalan internet atau *e-commerce*, serta memudahkan pelaku UMKM dalam mengelola produknya di internet atau *e-commerce*. Metode yang dilakukan adalah dengan cara pendekatan serta pembinaan kepada para pelaku UMKM melalui sosialisasi seminar secara langsung. Adapun hasil dari program yang telah kami lakukan yaitu pelaku UMKM dapat menerapkan ilmu yang telah diberikan, mereka menerima dengan baik program yang kami laksanakan dan juga mereka mulai memahami bahwa mengelola laporan keuangan itu penting.

### **Pendahuluan**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha yang memiliki peranyang cukup tinggi terutama di Indonesia. Dengan banyaknya jumlah UMKM maka akan semakin banyak penciptaan kesempatan kerja bagi para pengangguran. Selain itu UMKM juga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya didaerah pedesaan dan rumah tangga yang berpendapatan rendah . Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam semua ekonomi di dunia, karena terkait dengan penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, kontribusi pada inovasi dan produk domestik bruto suatu negara. Namun banyak dari bisnis UMKM menghadapi tantangan dan sering gagal dalam waktu singkat. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM ini diantaranya adalah terkait dengan produk dan cara pemasaran yang efektif.

Sejak Februari 2005 Presiden Susilo Bambang Yudhoyono telah mencanakan kebijakan program aksi penanggulangan kemiskinan dan pengangguran melalui pemberdayaan UMKM. Berdasarkan dengan kebijakan program tersebut, tahun 2005 dicanangkan sebagai Tahun Keuangan Mikro Indonesia (TKMI). Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) tekad tersebut telah dijadikan sebagai tema sentral pembangunan nasional Indonesia. Tujuan mendasar dari program kebijakan tersebut adalah untuk menurunkan angka pengangguran dari 9-10 persen jumlah penduduk menjadi kurang dari 6 persen serta mengurangi jumlah orang miskin dari 15,97 persen menjadi 8,2 persen dalam waktu lima tahun pemerintahannya (Prasetyo, 2008).

Digital marketing merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Masyarakat mulai meninggalkan model pemasaran tradisional sedikit demi sedikit dan beralih ke pemasaran modern, yaitu digital marketing. Melalui digital marketing, komunikasi dan transaksi bisa dilakukan setiap waktu (realtime) dan bisa mengglocal atau mendunia (Pradiani, 2017).

E-commerce memiliki dampak yang sangat besar dalam dunia bisnis, terutama pada proses penyempurnaan marketing perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. E-commerce seperti memiliki daya tarik yang kuat sehingga banyak pribadi atau organisasi tertarik untuk menjalankan bisnis ini. Banyak juga situs – situs e-commerce yang sudah dipercaya oleh masyarakat namun masih terdapat beberapa user yang melakukan penipuan. Akan tetapi sebagian besar masyarakat sudah percaya dengan transaksi online, hal ini sesungguhnya merupakan peluang bagi industry e-commerce untuk berkembang (A. Aco, 2017).

Desa Puspasari merupakan suatu desa yang terletak Dusun Bunder, Desa Puspasari, Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan data terakhir hasil sensus tahun 2019, tercatat 5.095 Jiwa dimana Desa Puspasari memiliki penduduk sebanyak 5.095 jiwa, dimana dari 5.095 jiwa tersebut terdapat 2.584 jiwa yang merupakan laki-laki dan 2.511 jiwa yang merupakan perempuan. Selain itu dari 5.095 jiwa tersebut berasal dari empat dusun yang berbeda-beda. Kemudian dari 5.095 jiwa tersebut diantaranya merupakan Petani, pedagang, Pegawai Negeri Swasta (PNS), dan Buruh. Selain itu sebagian besar tanah yang ada di Desa Puspasari diperuntukkan pemukiman, sampai dengan fasilitas pendidikan.

Desa Puspasari memiliki banyak potensi produk UMKM salah satunya terdapat UMKM untuk industri makanan mulai dari makanan pokok maupun makanan ringan untuk camilan.

Dalam situasi pandemi ini terjadi penurunan penjualan, permasalahan pada aspek pembiayaan, permasalahan dalam distribusi barang dan kesulitan mendapatkan bahan baku. Masalah-masalah tersebut terjadi karena adanya penyempitan pergerakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan tersebut karena diberlakukannya PSBB dan PPKM. Hal tersebut menjadikan warga sulit untuk bergerak menjalankan usahanya, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM) dan Kementerian Perindustrian (Kemenperin) telah merancang beberapa strategi untuk membantu UMKM. Masa pandemi ini cukup mempersulit warga untuk mengembangkan usahanya, dan kami sebagai mahasiswa KKN 2022 Universitas Buana Perjuangan Karawang mendorong masyarakat desa Puspasari untuk mengembangkan beberapa usaha yang ada di desa Puspasari, sesuai dengan arahan dari Ibu Kepala Desa Puspasari yang telah memberikan data UMKM yang ada di desa tersebut sehingga kami dapat memilih UMKM mana saja yang akan dikembangkan sesuai dengan persetujuan pemilik nya.

Desa Puspasari memiliki banyak potensi produk UMKM salah satunya terdapat UMKM untuk industri makanan mulai dari makanan pokok maupun makanan ringan untuk camilan. Dalam situasi pandemi ini terjadi penurunan penjualan, permasalahan pada aspek pembiayaan, permasalahan dalam distribusi barang dan kesulitan mendapatkan bahan baku. Masalah-masalah tersebut terjadi karena adanya penyempitan pergerakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan tersebut karena diberlakukannya PSBB dan PPKM. Masa pandemi ini cukup mempersulit warga untuk mengembangkan usahanya, dan kami sebagai mahasiswa KKN 2022 Universitas Buana Perjuangan Karawang mendorong masyarakat desa Puspasari untuk mengembangkan beberapa usaha yang ada di desa Puspasari, sesuai dengan arahan dari Ibu Kepala Desa Puspasari yang telah memberikan data UMKM yang ada di desa tersebut sehingga kami dapat memilih UMKM mana saja yang akan dikembangkan sesuai dengan persetujuan pemilik nya.

Terdapat 2 UMKM yang menjadi sasaran binaan kelompok KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang, yakni UMKM Makanan Tradisional Rangginang Hj Isah dan Makanan/Kue Tradisional Bapak Yahya Rois. Permasalahan yang masih dialami di masing-masing UMKM diantaranya terkait promosi, pengemasan yang kurang menarik dan pemasaran produk itu sendiri. Untuk mengatasi permasalahan tersebut mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang membantu dalam hal terkait promosi, desain kemasan yang menarik, dan membantu pemasaran produk baik melalui pembuatan pamflet

promosi ataupun membantu pemasaran melalui Instagram KKN Desa Purwasari Universitas Buana Perjuangan. Adapun kegiatan lain yang kami lakukan yaitu mahasiswa KKN Desa Puspasari mempunyai beberapa program dan kegiatan, yaitu mengikuti kegiatan minggon, mengisi prodeskel, Sosialisasi Ke SD, Melakukan Bakti Sosial Jumsih, dan Penyediaan Tong sampah, Membuat Gapura dan akun untuk keperluan desa

Berkaitan dengan latar belakang diatas, maka kami sebagai mahasiswa KKN 2022 Universitas Buana Perjuangan Karawang dalam kesempatan ini bermaksud melakukan kegiatan pembinaan dan membantu UMKM yang ada di Desa Puspasari, agar UMKM yang ada di Desa Puspasari kedepannya menjadi lebih maju dan berkembang. Dengan meju dan berkembangnya UMKM yang ada di Desa Puspasari, maka hal tersebut akan sangat membantu Desa Puspasari dalam memajukan Desa Puspasari dan menambah lapangan kerja baru yang semata-mata untuk membantu perekonomian masyarakat yang ada di Desa Puspasari

Di Desa Puspasari beberapa masyarakatnya merupakan pelaku UMKM di Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang. Yang mana batas wilayah adalah Desa Dongkal, Desa Payungsari, Desa Jatimulya, Desa Karangjaya, Desa Kedaijaya, Desa Kertamulya, Desa Kertaraharja, Desa Labanjaya, Desa Malangsari, Desa Randumulya, Desa Sungai Bambu

UMKM yang ada terdapat di Desa Puspasari salah satunya adalah Opak, Rangingang, Pastry. UMKM ini dikelola oleh Bapak Uus yang sudah berjalan sekarang ini. Namun cara pemasaran yang dilakukan masih menggunakan cara dari mulut ke mulut di daerah Kabupaten Karawang.

Atas dasar permasalahan diatas kajian penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi pemasaran produk yang sebelumnya hanya dilakukan secara mendatangi toko-toko hingga sekarang bisa dilakukan pemasaran secara *online melalui e-commerce*.

## Metode

Pelaksanaan kajian ini dilakukan selama 1 bulan mulai dari tanggal 1 Juli 2022 sampai 31 Juli 2022, tempat pelaksanaannya di Desa Puspasari, Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang. Sasaran yang menjadi fokus kajian ini adalah bagaimana para pemilik UMKM di Desa Puspasari mampu memahami dan menerapkan *digital marketing* untuk memperluas pemasaran produk UMKM miliknya di beberapa *e-commerce*. Adapun tahapan kajian yang dilakukan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. Analisis dan Pengumpulan Data

Tujuan dari tahapan ini adalah menganalisis masalah-masalah yang terdapat pada UMKM yang ada di Desa Puspasari. Tahapan ini juga bertujuan untuk pengumpulan data sehingga dapat diketahui kebutuhan dan permasalahan yang ada di UMKM Desa Puspasari.

2. Pemecahan Masalah

Tahapan ini memecahkan masalah yang telah didapatkan dari analisis dan pengumpulan data yang ada di Desa Puspasari.

3. Sosialisasi

Memberikan sosialisasi dalam bentuk seminar yang dilaksanakan pada tanggal 1 Agustus 2022 berlokasi di Kantor Desa Puspasari untuk memberikan informasi dan pengetahuan tentang pentingnya pemasaran produk melalui internet dengan melalui *e-commerce* untuk pelaku usaha demi keberlangsungan usaha mereka di masa depan.

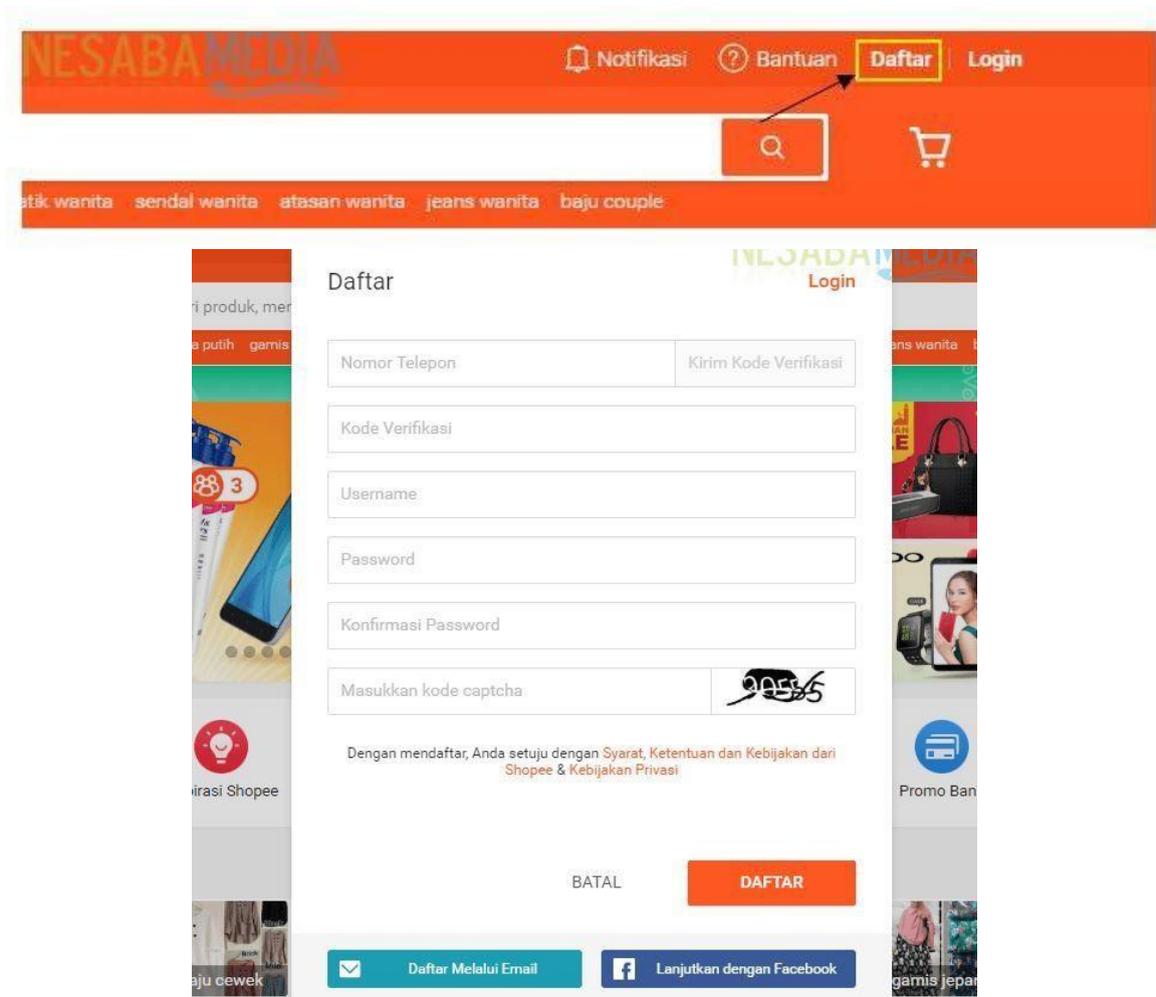
## Hasil Penelitian dan Pembahasan

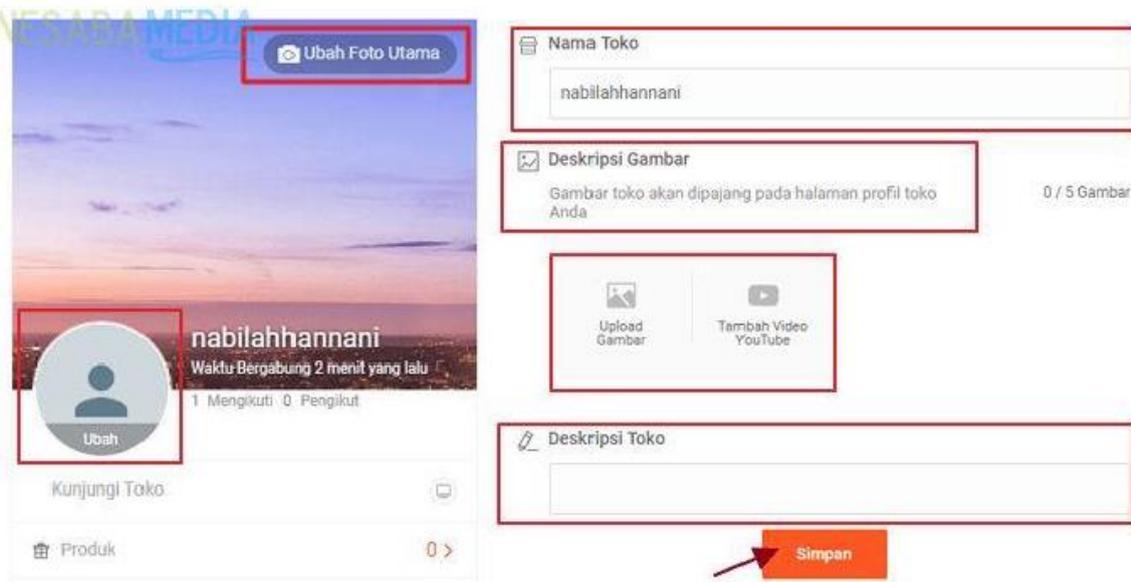
### Hasil Penelitian

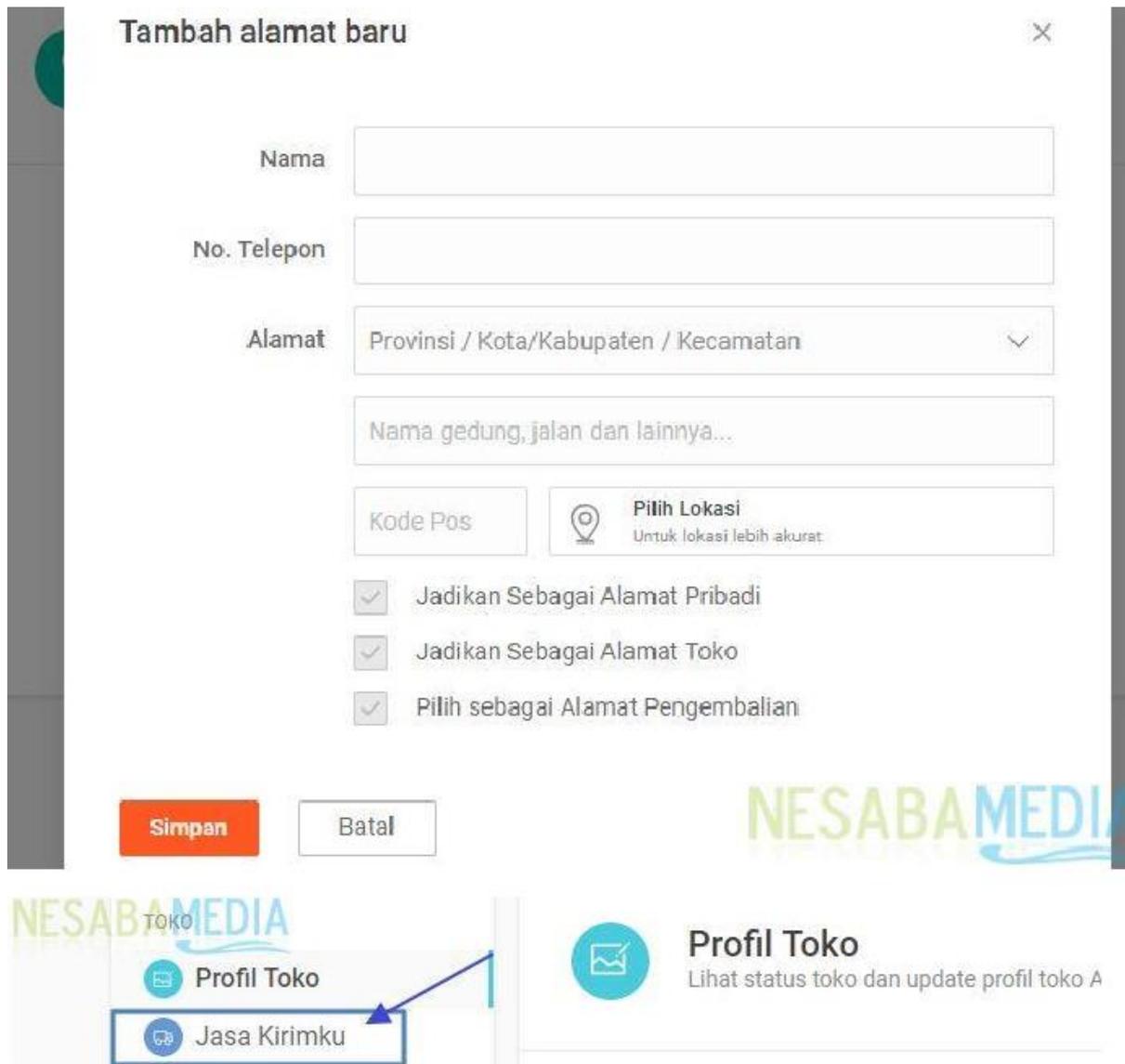
Hasil penelitian yang dilakukan dari program ini mengikuti tujuan awal program KKN ini untuk membantu masyarakat khususnya para pelaku usaha kecil dan menengah sehingga dapat membuat akun *e-commerce* mereka sendiri secara baik dan benar.

Kami melakukan sosialisasi guna melakukan penyuluhan cara menggunakan *e-commerce* dengan cara mengunjungi tempat UMKM satu persatu lalu mewawancara para pelaku UMKM. Dalam kegiatan ini terdapat beberapa faktor penghambat yaitu, sulitnya komunikasi dan keterbukaan masyarakat yang mengakibatkan para mahasiswa KKN tidak bisa memberikan solusi terkait permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut.

Sosialisasi tersebut mencakup pelatihan pembuatan akun di salah satu *e-commerce*, berikut adalah cara-cara pembuatan akun di salah satu *ecommerce* yaitu shopee:









### Jasa Kirimku

Atur opsi pengiriman dan berat produk

#### Jasa Kirim Dukungan Shopee

Dengan Jasa Kirim yang Didukung Shopee, Pembeli akan diberi informasi terbaru oleh Shopee mengenai pelacakan paket mereka.

GO-SEND SAME DAY	<input type="checkbox"/>
J&T Express	<input checked="" type="checkbox"/>
JNE REG	<input checked="" type="checkbox"/>
JNE OKE	<input checked="" type="checkbox"/>
Pos Kilat Khusus	<input checked="" type="checkbox"/>
GO-SEND INSTANT	<input checked="" type="checkbox"/>



Kartu / Rekening Bank

J&T Express



Untuk melindungi keamanan akun Anda, mohon masukkan password Shopee Anda untuk diverifikasi.

Batal

Login



## Kartu / Rekening Bank

Atur Rekening Bank Anda

### Rekening Bank



#### Tambah rekening bank

Kolom tidak boleh kosong

Nama (harus sama dgn Rekening Bank)

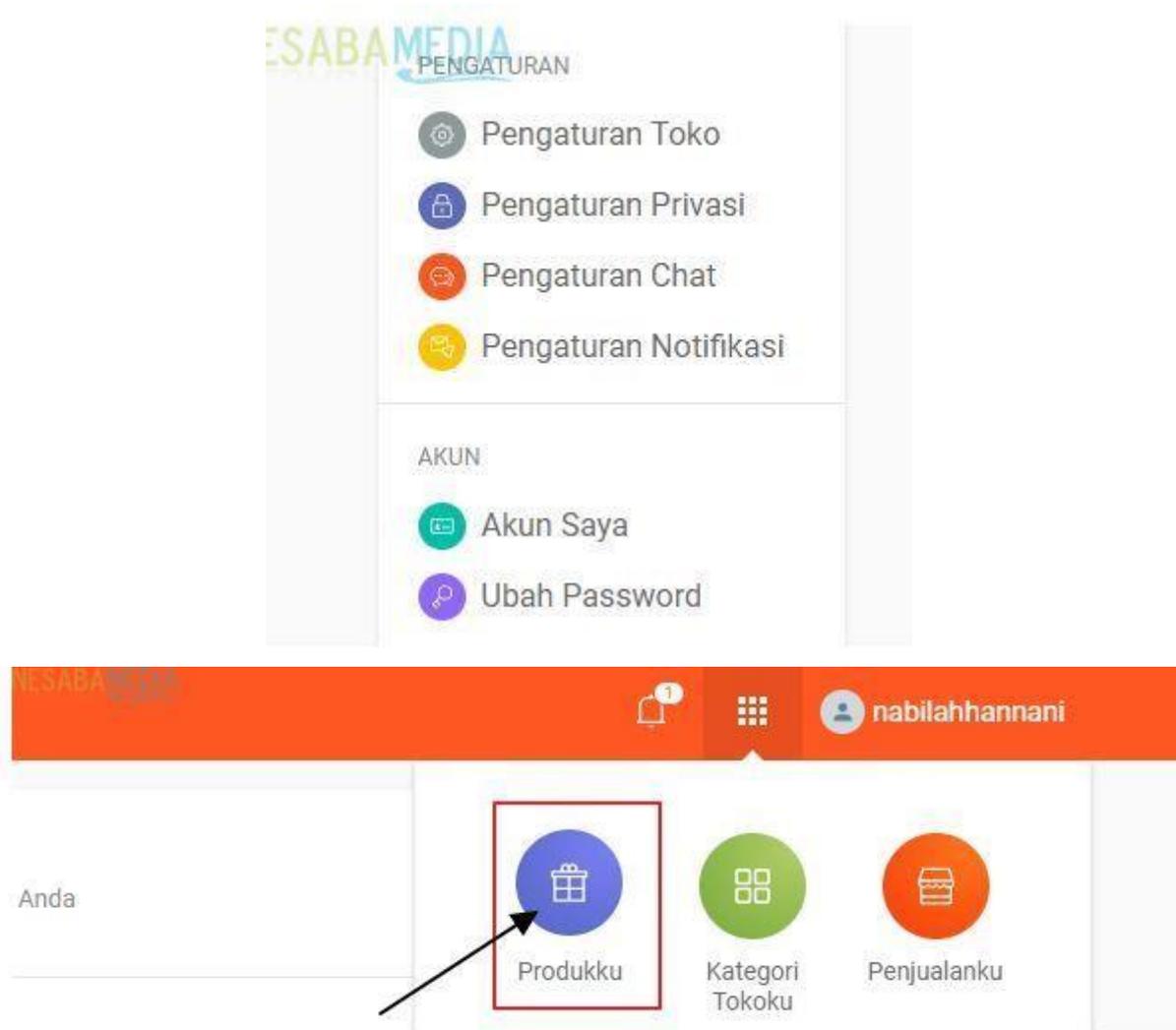
No. Rekening

Bank

Cabang Bank

Kota/Kabupaten

NESABAMEDI





19. Masukkan gambar produk Anda dengan mengklik tombol **Pilih Gambar**.



#### Informasi produk

Nama Produk  0 / 100

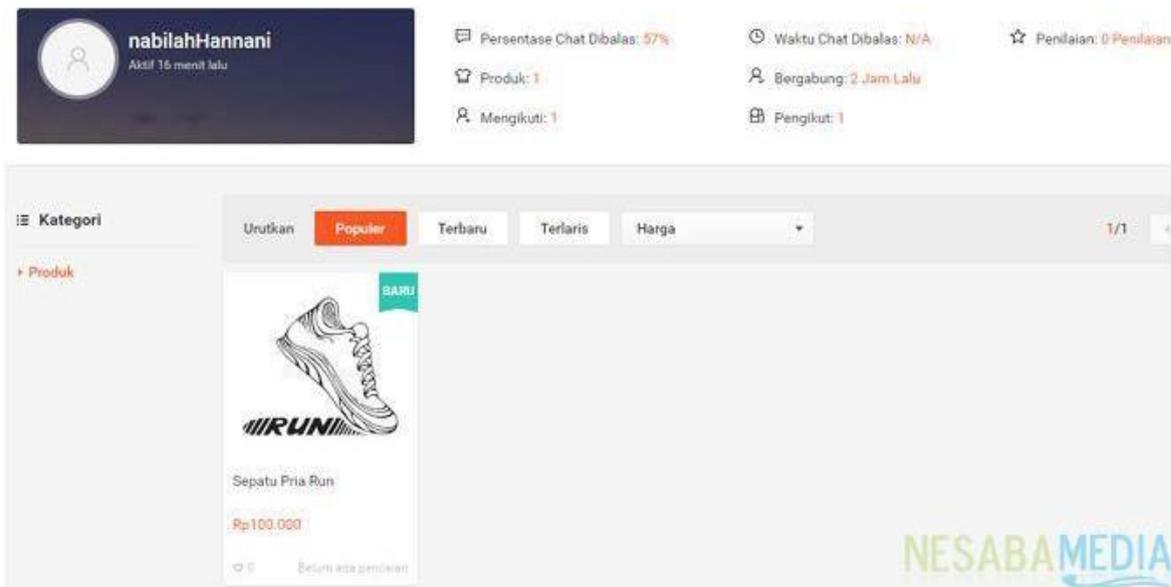
Deskripsi Produk  Deskripsi Produk dan #hashtag 0 / 3000

Kategori  Pilih Kategori

#### Stok & Harga

Harga  Rp





## Pembahasan

Kegiatan pelatihan dilakukan cara melaksanakan seminar pada masyarakat, mahasiswa berkoordinasi dengan aparaturnya Desa Puspasari guna menyampaikan tujuan dari dilaksanakannya seminar tersebut yang mana kegiatan seminar ini beracuan pada minimnya pengetahuan tentang pemasaran produk melalui internet dan *e-commerce* yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Puspasari. Kebanyakan dari mereka belum mengetahui tentang pentingnya pemasaran produk melalui internet di era yang serba digital ini. Kendala yang dihadapi yaitu keterbatasan mereka yang tidak mengetahui pentingnya internet di era sekarang ini dan sebagian dari mereka menganggap bahwa internet itu tidak penting. Lalu penulis mengajarkan kepada mereka ilmu yang telah didapatkan selama belajar di bangku perkuliahan.



**Gambar 2.** Pelatihan dan Pendampingan untuk cara membuat akun di salah satu *e-commerce*

Adapun pencapaian dalam kegiatan ini antara lain :

- a. Dapat menerapkan pemasaran produk di internet atau di salah satu *e-commerce*.
- b. Terlaksananya seminar, pelatihan dan pembimbingan pembuatan akun di salah *e-commerce*. Kegiatan tersebut selain di ikuti oleh pelaku UKM di Desa Puspasari juga melibatkan masyarakat umum yang ingin mengetahui cara pembuatan akun di salah *e-commerce*. Seminar juga membahas mengenai beberapa hal yang berhubungan dengan usaha-usaha kecil seperti perhitungan harga pokok produk, cara membuat pembukuan secara manual maupun digital, serta cara memasarkan produk di media social. Hal ini tentunya sangat membantu masyarakat yang memiliki usaha-usaha rumahan.

## **Kesimpulan dan Rekomendasi**

### **Kesimpulan**

Di Desa Puspasari para pelaku UMKM kuliner belum mengetahui betapa pentingnya internet di era sekarang ini dalam usahanya, bahkan sebagian besar dari mereka menganggap internet tidak penting. Adapun hal yang membuat mereka enggan untuk menggunakan internet untuk sarana penjualannya yaitu kurang memahami cara menggunakan internet ataupun smartphone untuk penjualan usaha mereka. Karena menurut mereka pemasaran dari mulut ke mulut lebih menguntungkan bagi para pelaku UMKM. Padahal melakukan pemasaran melalui internet atau *e-commerce* sangatlah penting bagi pelaku bisnis karena mencakup luas tidak hanya jangkauan Kecamatan saja bahkan bisa mancanegara jika kita melakukan pemasaran melalui internet atau *e-commerce*. Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh kelompok KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang dapat memberikan manfaat, ilmu pengetahuan serta membuat para pelaku usaha untuk lebih memperhatikan lagi dalam pemasaran bisnis mereka. Sehingga bisnis mereka dapat terkelola dengan baik di masa depan.

### **Rekomendasi**

Adapun yang menjadi saran penulis yaitu dalam mewujudkan peningkatan perekonomian di Indonesia peran UMKM sangat penting sehingga memerlukan dukungan terutama dari pemerintah. Dengan dukungan dari pemerintah baik berupa bentuk bantuan, fasilitas, dan lain-lain, maka perekonomian Indonesia akan meningkat. Saran penulis kepada pembimbing adalah diperlukannya edukasi kepada para pelaku usaha mengenai pentingnya pemasaran produk melalui internet.

## Daftar Pustaka

- A. Aco, H. E. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)*, Vol. 2 No. 1 (2017).
- Pradiani, T. (2017). PENGARUH SISTEM PEMASARAN DIGITAL MARKETING. *JIBEKA VOLUME 11 NOMOR 2 FEBRUARI 2017*, 46 - 53.
- Prasetyo, P. E. (2008). PERAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM). *AKMENIKA UPY, Volume 2, 2008*.