

PEMANFAATAN *E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI DAN PENJUALAN UMKM DI DESA PEJATEN

¹Tohirin Al Mudzakir*

²Ayu Ratna Juwita

³Adi Rizky Pratama

Universitas Buana Perjuangan Karawang
Program Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer,
Universitas Buana Perjuangan Karawang
Penulis Koresponding* : tohirin@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Wabah Covid-19 berdampak sangat besar terhadap segala bidang, salah satunya adalah industri UMKM. Banyak orang yang bergerak di bidang UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan ada beberapa UMKM yang terpaksa bangkrut selama pandemi ini karena modal yang dikeluarkan tidak sebanding dengan pemasukan. Hal ini juga dirasakan oleh para pelaku UMKM di desa Pejaten Kecamatan Cibuaya, banyak para pengusaha UMKM khususnya Opak Ketan dan Terasi Udang Rebon yang mengalami penurunan pendapatan karena pandemi. Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya pemanfaatan media sosial dan *digital marketing* dalam pemasaran dan kurangnya pemahaman terhadap penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran. Tujuan dapat membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya di masa pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Promosi Dan Penjualan. Metode yang digunakan yaitu secara observatif secara kualitatif dengan memberikan pelatihan dan seminar (*Webinar*) melalui media elektronik yaitu *Google Meet* dengan materi pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial *E-Commerce* Umkm Di Desa Pejaten. Hasil yang didapatkan adalah terjadinya kegiatan-kegiatan yang mendukung pelaku UMKM sehingga pelaku UMKM langsung dapat memanfaatkan media sosial dan *E-Commerce* yaitu *Shopee* yang memuat produk-produk terbaik UMKM binaan. Kesimpulannya setelah dilakukan penelitian pengetahuan dan keterampilan penggunaan dan pemanfaatan media sosial, brosur, baner, dan *E-commerce* dapat meningkatkan *Digital Marketing* yang dapat memudahkan pelaku usaha UMKM khusus nya di Desa Pejaten.

Kata kunci: *Covid-19, E-commerce, Desa Pejaten, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*

ABSTRACT

The Covid-19 outbreak has had a very big impact on all fields, one of which is the MSME industry. Many people engaged in the MSME sector have experienced a decrease in income, and there are even some MSMEs who have been forced to go bankrupt during this pandemic because the capital spent is not proportional to income. This is also felt by MSME actors in Pejaten village, Cibuaya District, many MSME entrepreneurs, especially Opak Ketan and Terasi Udang Rebon, have experienced a decrease in income due to the pandemic. One of the problems faced is the lack of use of social media and digital marketing in marketing and a lack of understanding of the use of social media in marketing. The method used is qualitatively observative by providing training and seminars (Webinars) through electronic media, namely Google Meet with product marketing materials by utilizing social media E-Commerce MSMEs in Pejaten Village. The result obtained is the occurrence of activities that support MSME players so that MSME players can immediately take advantage of social media and E-Commerce, namely Shopee, which contains the best products of assisted MSMEs. In conclusion,

after research on the knowledge and skills of using and utilizing social media, brochures, banners, and E-commerce, can improve Digital Marketing which can facilitate MSME business actors specifically in Pejaten Village.

Keywords : Covid-19, E-commerce, Pejaten Village, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 secara tidak langsung telah mengubah gaya bisnis Indonesia. Pergeseran ini merupakan pergeseran dari bisnis *offline* ke bisnis *digital* yang juga dikenal dengan fenomena digital *startup*. Media sosial dan pasar dapat menjadi konsep yang memudahkan anggota UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk menjangkau jangkauan pemasaran yang lebih luas (Purnomo, 2019).

Pada Tahun 2019-2021 Wabah penyakit *Coronavirus disease 2019* (Covid-19) masih saja belum selesai, memasuki kuartal pertama tahun 2020 hingga hari Senin 26 juli 2021, sebanyak lebih dari 3 juta kasus telah dikonfirmasi oleh pemerintah.

Desa Pajaten, Kec. Cibuyaya, Kab. Karawang, Prov. Jawa Barat, 41356. Dengan kode desa 3215112001 dan memiliki Luas Wilayah : 487.5 Hektar Koordinat Bujur : 107.3464 Koordinat Lintang : -60.4485. memiliki jumlah penduduk sekitar 6.238 yang terdiri dari 3.092 laki laki & 3.146 perempuan, dan memiliki 2.328 kk. Memiliki puskesmas dan UPTD yang masih beroperasi, dan beberapa sekolah dari SD hingga SMA. Warga masyarakat ini memiliki sumber mata pencaharian sebagai karyawan swasta, tenaga Kesehatan, petani bahkan berwirausaha seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai upaya pemberdayaan masyarakat untuk pemulihan ekonomi. Dalam hal ini juga kita bisa melihat bahwa tingkat pengetahuan mengenai pentingnya pengetahuan tentang digital marketing sangat berhubungan (Wijoyo dkk, 2020).

Berdasarkan latar belakang diatas mendorong untuk mengkaji lebih dalam mengenai pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial dalam penelitian yang berjudul “Pemanfaatan *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Promosi Dan Penjualan Umkm Di Desa Pejaten” Dengan tujuan dapat membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya di masa pandemi Covid-19 ini.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian kualitatif, dilakukan di Desa Pejaten, objek penelitian adalah Aparat dan Masyarakat Desa Pejaten, prosedur penelitian observasi dan *survey*, teknik analisis data yang digunakan adalah dibandingkan dengan literatur.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian kualitatif pengumpulan data berdasarkan observasi

Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian pada bulan juli selama satu bulan dan tempat penelitian dilakukan di lingkungan Desa Pejaten.

Target/Subjek Penelitian

Target atau subjek penelitian adalah aparat desa setempat dan khususnya masyarakat Desa Pejaten yang memiliki usaha kecil menengah.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang telah dilakukan adalah memberikan sosialisasi *webinar* melalui *Google Meet* dengan tujuan memberi pendampingan pada 2 UMKM, mengedukasi pembuatan *leaflet* dan brosur sebagai upaya untuk meningkatkan promosi tentang produk UMKM di media sosial dan aplikasi penjualan secara *online*.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data kualitatif, instrumen yang digunakan adalah peralatan kelengkapan untuk melaksanakan *webinar* dan *Google Meet*, *Leaflet* dan *Brosur*, *Hand Phone*, *Baner/Spanduk*, Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara observasi dari hasil melakukan sosialisasi dan juga pembinaan pada dua pelaku usaha UMKM.

Teknik Analisis Data

Permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah mengenai kurangnya tingkat pengetahuan pelaku usaha UMKM Desa Pejaten dalam hal mempromosikan hasil produknya agar lebih menarik. Ketika melalui pendampingan bukan hanya secara *offline* namun dilakukan secara *online* melalui media sosial dan juga melalui *e-commerce* secara digital, pembuatan *leaflet/brosur*. Teknik Analisis data dilakukan secara observatif dari hasil pembinaan dan kemudian dibandingkan dengan studi literatur baik dari artikel dan jurnal penelitian terkait.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan terhadap permasalahan tersebut, dapat dikatakan bahwa multimedia memiliki pengaruh dan peran penting dalam mengembangkan UMKM. KKN Desa Pejaten mengajak para pelaku UMKM untuk mendukung program digitalisasi UMKM. Perkembangan UMKM khususnya di Desa Pejaten masih memiliki kendala tertentu terutama dalam pemasaran produk dan jasa. Kendala tersebut mulai dari manajemen produk (kemasan dan *branding*) hingga praktik pemasaran digital. Oleh karena itu, membuat konten kreatif dari produk UMKM membutuhkan inovasi agar UMKM dapat lebih diperhatikan saat berjualan melalui media sosial dan sisi permintaan serta mendorong platform digital untuk memperluas kemitraan. Berikut beberapa hasil dan tahapan kegiatan yang dapat menjadi solusi dari permasalahan yang ada pada UKM tersebut:



Gambar 1. Kegiatan pendampingan UMKM Binaan Wilayah Desa Pejaten



Gambar 2. Kegiatan Webinar pendampingan mengenai *Digital Marketing*



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan cara Penjualan dan Promosi *Online di E-Commerce* Pada Pelaku UMKM Desa Pejaten.

Pembahasan

Pada Gambar 1. Menunjukkan hasil bahwa telah dilakukan kegiatan yaitu melakukan pendekatan ke salah satu pelaku UMKM (opak ketan)

Pada Gambar 2. Menunjukkan hasil bahwa telah melakukan sosialisasi dan pendampingan kepada dua UMKM binaan dengan mengadakan webinar melalui *Google Meet*, serta memberikan manfaat bagi peserta yang diharapkan dapat memberikan banyak manfaat. (Prehanto, A, 2021). Media yang digunakan adalah *Google Meet*, *Google Meet* merupakan bagian aplikasi dari *Google* juga yang dapat digunakan untuk menyampaikan materi secara daring untuk memudahkan kegiatan pembinaan kepada pelaku UMKM di Desa Pejaten mengenai Sosialisasi dan *Workshop* pembuatan

kelengkapan untuk meningkatkan promosi sehingga diharapkan dapat juga meningkatkan penjualan secara online. (Farid, M, 2021).

Pada Gambar 3. Menunjukkan bahwa telah dilakukan promosi tentang produk UMKM dengan mengambil beberapa foto untuk kemudian dibuat brosur dan pamphlet dimana pamflet dan brosur tersebut dipromosikan melalui media sosial dan aplikasi penjualan *online* seperti *Shopee*. Promosi dan penjualan secara online pada produk binaan UMKM dilakukan pada *E-Commerce*, tujuan untuk meningkatkan angka penjualan produk UMKM binaan secara digitalisasi dengan ruang lingkup yang lebih luas tidak hanya di daerah lokal saja (Waziana, W., *et al.* 2022).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM binaan masih kurang pengetahuan mengenai *E-Commerce*, pembuatan brosur, spanduk, dan juga *share* lokasi tempat penjualan namun setelah dilakukan binaan melalui *workshop* yang dilakukan secara *daring dan offline*, maka pelaku UMKM binaan sangat antusias dan merasa terbantu yang pada akhirnya dapat meningkatkan pemasaran dan promosi sehingga omset pun dan meningkat juga baik, dengan cara langsung *offline* maupun cara *online* sehingga tercapai *Digitalisasi* UMKM binaan khusus nya di Desa Pejaten.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, R., Khairil., Kanedi, I. (2015). Pemanfaatan *Google Maps* Api Pada Sistem Informasi Geografis Direktori Perguruan Tinggi Di Kota Bengkulu. *Jurnal Media Infotama*, 11 (2), 119-129.
- Farid, M., Utami, D., A., Rohman, Nur. (2021). Penerpana Aplikasi *Google Meet* pada Pembelajaran Sosiologi ekonomi Di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan Edutama*.
- Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak *Digital*) : Optimalisasi Media *Digital* sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 89–95.
- Prehanto, A., Guntara, G., R., Aprily, N., M. (2021). Informasi dalam Seminar Kurikulum. *Indonesian Journal of Digital Business*, 1 (1), 43-49.
- Prodeskel. (2022). Sistem Informasi Desa dan Kelurahan. Diakses pada 26 juli. <http://prodeskel.binapemdes.kemendagri.go.id/mdesa/>.
- Wijoyo, H., Aan, M., Watrionthos, R., Saragih, M. G., & Budi, P. (2020). Merdeka Kreatif di Era Pandemi Covid-19.
- Waziana, W., *et al.* (2022). Pemanfaatan *E-Commerce Shopee* Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 107-112.