

PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN DAYA JUAL BAGI PELAKU UMKM di DESA TIRTASARI

Yudi Firmansyah ¹ Mikha Ayu Lia Ningsih ²
Universitas Buana Perjuangan Karawang
yudifirmansyah@ubpkarawang.ac.id
fm19.mikhaningsih@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Desa Tirtasari merupakan desa yang terletak di Kecamatan Tirtamulya, Kabupaten Karawang. Desa Tirtasari memiliki beberapa macam UMKM yang sedang dikembangkan oleh ibu-ibu PKK untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Ibu-ibu PKK Desa Tirtasari merupakan warga pelaku bisnis yang melakukan transaksi jual beli produk masih secara tradisional yaitu dari rumah-ke rumah, sehingga penjualan dan pendapatan hanya berputar di area terdekat. Oleh karena itu dibutuhkan pelatihan dan meningkatkan pengetahuan pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan daya jual bagi pelaku UMKM di Desa Tirtasari melalui kegiatan pengabdian masyarakat mahasiswa dalam bentuk kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Agar masyarakat dapat memanfaatkan teknologi informasi khususnya pada *e-commerce*. Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode deskriptif. Berdasarkan hasil kajian dapat ditarik kesimpulan bahwa pemanfaatan aplikasi *e-commerce* mampu meningkatkan daya jual bagi pelaku UMKM dan mampu bersaing dengan UMKM lainnya.

Kata Kunci : *Pekembangan Teknologi, UMKM, e-commerce.*

ABSTRAK

Tirtasari Village is a village located in Tirtamulya District, Karawang Regency. Tirtasari Village has several types of MSMEs that are being developed by PKK women to increase community economic growth. The PKK women in Tirtasari Village are business people who carry out buying and selling products traditionally, namely from house to house, so that sales and income only revolve in the nearest area. Therefore, it is necessary to train and increase knowledge of the use of e-commerce in increasing selling power for MSME actors in Tirtasari Village through student community service activities in the form of Real Work Lecture (KKN) activities. So that people can take advantage of information technology, especially in e-commerce. The method used is descriptive method. Based on the results of the study, it can be concluded that the use of e-commerce applications is able to increase selling power for MSME actors and be able to compete with other MSMEs.

Kata Kunci : *Technology Development, UMKM, e-commerce.*

Karawang, 28 Februari 2023

PENDAHULUAN

Desa Tirtasari merupakan desa yang terletak di kecamatan Tirtamulya kabupaten Karawang. Dilihat dari topografi dan hidrografi, desa Tirtasari, kecamatan Tirtamulya merupakan dataran rendah yang berada di sisi saluran irigasi nasional yaitu sungai citarum. Desa Tirtasari merupakan perkumpulan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM memiliki peranan penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi, diantaranya penyerapan tenaga kerja supaya jumlah pengangguran yang ada di Indonesia berkurang dan dapat mengembangkan kegiatan ekonomi lokal serta memperdayakan masyarakat sekitar. Desa Tirtasari memiliki beberapa macam UMKM yang sedang dikembangkan oleh kelompok ibu-ibu PKK seperti keripik kedebong pisang, stik jambu kristal, pie strudel jambu kristal, brownies jambu kristal, keripik daun jambu kristal dodol jambu kristal, perkebunan asparagus, Apotek hidup dan tanaman lainnya sehingga bisa menjadi produk unggulan desa setelah dipasarkan secara luas. Namun kurangnya promosi yang dilakukan pelaku usaha menyebabkan beberapa UMKM di Desa Tirtasari kurang berkembang. Permasalahan yang dihadapi oleh ibu-ibu PKK UMKM adalah masalah permodalan, personalia dan pemasaran. Penjualan produk UMKM yang masih dilakukan secara tradisional mengakibatkan kurang berkembangnya usaha sehingga solusi yang ditawarkan untuk meningkatkan daya jual bagi pelaku UMKM yaitu dengan memanfaatkan *e-commerce* (bisnis online) sebagai pemasaran yang efektif dan efisien. *E-commerce* menurut Adi Nugroho (2006), *e-commerce* merupakan cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. *E-commerce* juga merupakan singkatan dari Electronic Commerce yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik dan hanya menciptakan situs Web yang mengiklankan dan mempromosikan produk maka dapat dianggap *e-commerce*. (Rahmati, 2009) Beberapa tahun terakhir ini *e-commerce* telah menjadi jauh lebih canggih. Bisnis *e-commerce* sekarang menawarkan toko online di mana pelanggan dapat mengakses ribuan produk, pemesanan, pilih metode pengiriman yang diinginkan dan pembayaran dengan menggunakan atm, mobile banking, atau kartu kredit. Oleh sebab itu penulis mempunyai keinginan untuk memberikan pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan daya jual bagi pelaku UMKM di Desa Tirtasari.

METODE PENELITIAN

Pada penulisan artikel ini menggunakan jenis metode kualitatif . Program pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Senin, 25 Juli 2022 mulai dari pukul 09.00 WIB – selesai di Desa Tirtasari Kecamatan Tirtamulya pada waktu pelaksanaan program KKN 2022. Sasaran dalam kegiatan ini adalah ibu-ibu PKK dan masyarakat Desa Tirtasari. Adapun tahap yang dilakukan yaitu observasi dan wawancara dengan ibu-ibu PKK terkait produk, cara pemasaran dan kendala yang selama ini dihadapi oleh ibu-ibu PKK. Dengan adanya observasi dan wawancara ini diketahui bahwa penjualan produk makanan yang dibuat oleh ibu-ibu PKK belum maksimal karena pemasaran yang masih terbatas. Sehingga kami menawarkan untuk memperluas jaringan pemasaran melalui E-commerce seperti Shopee sehingga dapat meningkatkan daya jual bagi pelaku umkm di Desa Tirtasari.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Desa Tirtasari adalah desa yang memiliki UMKM yang sangat beragam dalam bidang kuliner usaha yang bermula dari ibu-ibu PKK. Produk kuliner yang dihasilkan dari usaha ibu-ibu PKK yaitu keripik kedebong pisang, stik jambu kristal, pie strudel jambu kristal, brownies jambu kristal, keripik daun jambu kristal dan dodol jambu kristal. Di era digital seperti sekarang memperluas area pemasaran pada UMKM sangat mudah dilakukan karena terdapat banyak tempat untuk memasarkan produk secara digital. Salah satunya yaitu terdapat media *e-commerce* yang dapat dipakai oleh pelaku UMKM di Desa Tirtasari berbeda-beda, diantaranya yaitu facebook, istagram dan shopee. Untuk mencapai target pasar yang luas Ibu-Ibu PKK Desa Tirtasari mendapatkan pelatihan mengenai promosi berbasis *e-commerce* sehingga dapat meningkatkan daya jual produk dengan mudah dan cepat.



Gambar 1. Pelatihan e-commerce .

1. Pembuatan Toko di Marketplace Shopee

Karawang, 28 Februari 2023

Adapun tahapan dari pembuatan ini akun shopee yang melibatkan pemilik dari Ibu-Ibu PKK. Kemudian membuat dan mendaftarkan di shopee untuk mmebuat akun toko. Setelah akun pada toko selesai selanjutnya melengkapi seperti deskripsi toko, foto profil dan sampul toko serta melengkapi data lainnya yang diperlukan. Tahapan selanjutnya adalah mengupload produk gecau dan membuat deskripsi setiap produk.



Gambar 2. Toko Online Gecau di Shopee.

Selama kegiatan pemanfaatan *e-commerce* sudah berhasil menjual beberapa item produk gecau meskipun belum maksimal. Hal ini disebabkan karena toko online yang dibuat masih baru dan produk yang diupload masih sedikit. Sehingga harus membutuhkan waktu waktu dan konsistensi unruk terus aktif menggunakan toko online tersebut. Selain pembuatan toko di Marketplace Shopee kami juga membuat akun istagram agar dapat meningkatkan daya jual bagi pelaku UMKM di Desa Tirtasari. Instagram cukup mudah dibuat dengan menggunakan aplikasi yang ada di smartphone dan akun yang dibuat dalam bentuk akun istragram bisnis.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Artaya, I Putu (2019) yang membuktikan bahwa ada hubungan linear antara keberadaan marketplace dengan upaya yang dilakukan usaha kecil dalam memasarkan dan menjual produknya secara online. Dwiyanti, Andina (2021) membuktikan bahwa dengan bergabung di *e-commerce* UMKM dapat mempergunakannya semaksimal mungkin sehingga dapat memperluas jangkauan penjualan, meningkatkan kosumen, adanya kenaikan penjualan dan produknya dikenal oleh masyarakat luas. Wahyuni, Nuraida (2021) membuktikan bahwa dengan mengenal *e-commerce* maka pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan dan memperluas area jangkauan pemasaran. Wulandari, Oryz (2021) membuktikan bahwa manfaat dari pelaku usaha UMKM setelah

mengikuti program e-commerce melalui shopee tingkat penjualan mereka bertambah dan mempermudah untuk berinteraksi dengan konsumen.

KESIMPULAN

Dari kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat menghasilkan kesimpulan bahwa pemasaran produk menggunakan *e-commerce* seperti shopee serta media social seperti instagram dapat meningkatkan pengembangan dalam meningkatkan daya jual di Desa Tirtasari, membantu ibu-ibu PKK pelaku bisnis mengembangkan bisnisnya melalui marketplace Shopee, membantu ibu-ibu PKK pelaku bisnis sebagai upaya peningkatan ekonomi keluarga. Melalui kegiatan ini telah memberikan kontribusi kepada ibu-ibu PKK berupa pelatihan guna meningkatkan motivasi dan pengetahuan dalam penggunaan E-commerce dan media sebagai sarana yang sangat efektif dalam pemasaran produknya.

IMPLIKASI

Kegiatan KKN yang dilakukan selama 1 bulan yang dilaksanakan di Desa Tirtasari oleh mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang yang bertemakan “Inovasi dan digitalisasi UMKM menuju masyarakat mandiri “ banyak kegiatan yang dilaksanakan selama KKN. Diharapkan kedepannya jika ada kegiatan serupa dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan teknologi bisnis sehingga dapat meningkatkan daya jual yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Artaya, I Putu dan Tubagus Purwotusmiadi. 2019. *“Efektivitas Marketplace dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk Bagi UMKM di Jawa Timur”*.
- Dwiyanti, Andina dan Puji Pramesti. 2021. *“Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital Menggunakan E-Commerce Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Pempek Beradek di Masa Pandemi Covid 19”*. Jurnal Ikaith Abdimas. Vol 4 No 2.
- Nugroho Adi. Informatika. 2006. *E-Commerce : Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya*.

Rahmati. 2009. *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Bisnis di Indonesia*.

Wahyuni, Nuraida, Ade Irma Saiful Mutaqin dan Akbar Gunawan. 2019. “*Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku UMKM Wilayah Cilegon*”.
Jurnal Pengabdian Dinamika. Vol 6 No 1.

Wulandari, Oryz Agnu Dian, Unjiani & Nita Riskiana Putri. 2020. “*Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendaatan Bagi Penjualan Produk UMKM di Purbalingga*”. Jurnal Ekonomi Manajemen. Vol 6 no 2.