

PENERAPAN PENJUALAN MENGGUNAKAN DIGITALISASI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA PELAKU UMKM DESA KERTARAHARJA KECAMATAN PEDES KARAWANG

Santi Pertiwi Hari Sandi¹

Laras Ratu Khalida²

Syifa Pramudita Faddila³

Jl. HS. Ronggowaluyo Teluk Jambe Timur Karawang, Jawa Barat 41361

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang

santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id¹, laras.ratu@ubpkarawang.ac.id² syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui manfaat penjualan menggunakan digitalisasi dalam meningkatkan pendapatan UMKM Peci Anyam Bambu dan Keripik Pisang Ibu Ida, dimana sebelumnya UMKM Peci Anyam Bambu ini sudah menjual ke luar Kota yaitu ke Cianjur dan ke luar Negri yaitu Negara Maroko dan Sidney, sedangkan untuk kripik pisang ibu ida produksi menunggu pesanan. Kendala yang di hadapi 2 pelaku Usaha ini adalah ketidak konsistenan dalam memproduksi barang, karena memproduksi terkadang sesuai dengan pemesanan. Hasil penelitian ini untuk meningkatkan penjualan sehingga meningkatkan pendapatan maka harus dilakukan penambahan jalur penjualan yaitu melalui digitalisasi. Cara ini di bantu dengan membuat poster untuk memberikan informasi produk dan harga, kemudian untuk memberikan pemahaman mengenai produk di buatkan promosi menggunakan video yang menarik. Penjualan secara digital ini berguna untuk memperluas penjualan, yang tidak hanya pada lingkungan sendiri tapi bisa mendunia. Cara penjualan yang dilakukan adalah dengan menggunakan Instagram.

Kata Kunci : Manfaat, Penjualan, Pendapatan

Abstract

This research was conducted to find out the benefits of selling using digitalization in increasing the income of MSMEs for MSMEs with Bamboo Peci and Banana Chips by Mrs. Ida, where previously MSMEs for Anyam Bamboo have sold outside the city, namely Cianjur and abroad, namely Morocco and Sydney, while for chips Ibu Ida's banana production is waiting for orders. The obstacle faced by these 2 business actors is the inconsistency in producing goods, because sometimes they produce according to the order. The results of this study are to increase sales so as to increase revenue, additional sales channels must be carried out, namely through digitalization. This method is helped by making posters to provide product and price information, then to provide an understanding of the product promotions are made using interesting videos. Digital selling is useful for expanding sales, which are not only in their own environment but can be worldwide. The way sales are done is by using Instagram.

Keyword : Benefits, Sales, Revenue

Karawang, 28 Februari 2023

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi saat ini mulai pulih menuju tumbuh positif dari tahun 2021, pascakontraksi pada kondisi tajam yaitu Q2-2020, kemudian tren positif Q3-2020 terjadi secara global, termasuk di dalamnya yaitu Indonesia. Untuk mencapai pemulihan tersebut Pemerintah terus melakukan pengupayaan dan memberikan dukungan kepada pelaku UMKM. UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Jumlah UMKM di Indonesia yakni sebesar 64,19 juta, di mana komposisi Usaha Mikro dan Kecil sangat dominan yakni 64,13 juta atau sekitar 99,92% dari keseluruhan sektor usaha.

UMKM menurut UUD 1945 yang kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO XVI/MPR-RI /1998 tentang Politik Ekonomi Dalam Rangkaian Demokrasi Ekonomi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Dalam UU No 20 Tahun 2008 menyebutkan bahwa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara. Sedangkan pengertian UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008 ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam undang-undang. Sehingga untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria berikut ini.

Pandemic Covid yang dijalani 2 tahun kebelakang mengubah perilaku konsumen dan kompetensi bisnis yang harus di siapkan oleh pelaku usaha akibat dari pembatasan kegiatan yang sudah dijalani. Kebiasaan saat covid yaitu melakukan aktivitas di rumah dengan menggunakan

Karawang, 28 Februari 2023

teknologi ini berdampak terus menerus, sehingga perubahan lanskap industry dan peta kompetensi baru di tandai dengan empat karakteristik yaitu *Hygiene, Low-Touch, Less-Crowd, dan Low-Mobility*. (ekon.go.id : 2021)

Pemulihan Ekonomi Nasional dari tahun 2020 hingga ke tahun 2021 mendukung UMKM yang sudah bertahan dan berhasil menjadi bantalan bagi dunia usaha dalam menghadapi pandemic. Salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan berupaya mendorong UMKM untuk on Board ke platform digital melalui gerakan nasional bangga bautan Indonesia (Gernas BBI). Di Indonesia dari 64,19 Juta UMKM ada sebanyak 64,13 yang masih berada di sektor informal. (ekon.go.id : 2021)

Salah satu permasalahan yang sering terjadi dan dihadapi oleh UMKM adakah bagaimana memasarkannya. Minimnya market disebabkan oleh minimnya lapak promosi yang dapat dimanfaatkan pelaku usaha. (Karawang Bekasi, 2022).

Pada 2021 lalu Kemkominfo telah memfasilitasi pendampingan terhadap 26 ribu UMKM untuk aktif berjualan (*active selling*) secara digital bagi produsen sektor pengolahan di 10 Kawasan Pariwisata Prioritas. Sektor pengolahan tersebut terdiri atas makanan dan minuman, kerajinan kayu dan anyaman, tekstil dan pakaian jadi, furnitur, kerajinan kulit dan kerajinan angan dan lain-lain. (aptika.kominfo.go.id, 2022)

Berikut data perkembangan UMKM yang ada di Kabupaten Karawang

Tabel 1.1
Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Karawang
Tahun 2016-2021

| NO | TAHUN | JUMLAH UMKM (UNIT) |
|----|-------|--------------------|
| 1 | 2016 | 233.606 |
| 2 | 2017 | 248.060 |
| 3 | 2018 | 263.408 |
| 4 | 2019 | 279.705 |
| 5 | 2020 | 297.011 |
| 6 | 2021 | 315.388 |

Sumber : opendata.jabarprov.go.id (2021)

Sebagai upaya-upaya yang dilakukan oleh Pemerintah untuk meningkatkan level dan kualitas UMKM ke arah digitalisasi dan modernisasi, Pemerintah Kabupaten Karawang melatih ratusan pelaku UMKM, memberikan pembinaan dan edukasi oleh Tim Dinas Koperasi dan UMKM kepada 162 . pelaku UMKM.

Desa Kertaraharja merupakan salah satu dari 12 Desa yang berada di Kecamatan Pedes. Setiap wilayah desa tentu memiliki potensi yang tersembunyi, begitupula dengan Desa Kertaraharja. Terdapat 2 UMKM yang di kembangkan pada Penelitian ini yaitu Peci Anyaman Bambu dan Keripik Pisang Ibu Ida.

Karawang menjadi salah satu dari 3 kota yang termasuk dalam Kota yang memiliki jumlah penduduk yang termasuk dalam kemiskinan ekstrim, dan Desa Kertaraharja merupakan salah satu desa dari 25 Desa yang masuk dalam Desa dengan tingkat kemiskinan ekstrim tersebut. Dengan masalah serius ini maka salah satu cara untuk mengatasinya adalah dengan menguatkan UMKM yang ada di desa tersebut sehingga UMKM tersebut bisa berkembang dan bisa menjadi jalan untuk lapangan kerja baru untuk warga desa Kertaraharja.

Menurut Hantono dan Namira Ufrida, (2018:17) pendapatan merupakan pengakuan perusahaan atas penerimaan balas jasa dari pemakai jasa yang telah diberikan perusahaan. Kemudian Menurut Rahmayuni, (2017) pendapatan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan/ usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar pula kemampuan perusahaan/usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan/usaha.

Dalam penelitian Purwudiantoro (2016) keuntungan pemanfaatan media sosial sebagai wadah untuk melakukan promosi produk. Media sosial merupakan alat yang mampu menyebarkan informasi secara massif, maka penjualan pun dinilai dapat mencapai keefektifan 100% apabila konsisten dalam mempublikasikan serta mempromosikan produk usaha ke media sosial. Kemudian dalam penelitian jalani dan suhaemi, 2021, UMKM Lidi Upin Ipin menjadi sasaran untuk menerapkan program membantu UMKM yang terkena dampak PPKM. Dengan tahapan tersebut pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan tentang digital marketing, pelaku UMKM telah mempunyai akun media sosial untuk dagangannya selain itu pelaku juga mempunyai bahan untuk promosi dagangannya dan telah bisa merancang agenda jualan maupun promosi dalam satu minggu kedepan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Peci Anyaman Bambu dan Keripik Pisang Ibu Ida. Teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi partisipasi dengan langkah eksploratif yaitu melakukan salah satu Teknik pengumpulan data kualitatif yang dianjurkan untuk mendapatkan data-data deskriptif (Gunawan, 2017). Sumber data adalah data Primer berupa hasil observasi dan data sekunder berupa buku-buku referensi dan hasil penelitian orang lain.

Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 17-25 Juli 2022 di Desa Kertarahatja Kecamatan Pedes

Target/Subjek Penelitian

Target penelitian ini kepada dua UMKM yaitu Anyaman Bambu dan Keripik Pisang Ibu Ida yaitu meningkatkan penjualannya melalui digitalisasi

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dengan melihat potensi yang ada, masalah yang di hadapi dan bagaimana memecahkan masalah tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Desa Kertaraharja yang menjadi salah satu desa yang masuk dalam kemiskinan ekstrim menurut Kepala BPS Karawang perbedaannya yaitu terdapat pada 2 kategory miskin dari indikator pendapatan perkapita per harinya itu disesuaikan dengan inflasi yang berlaku, jadi miskin ekstrem itu yang memiliki pendapatan di bawah 1,9 USD atau setara dengan 11 ribu rupiah per harinya. (news.detik.com,2021). Untuk meningkatkan pendapatan maka masyarakat di dorong untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan pendapatan, diantaranya dengan membuat usaha, dari usaha yang ada di Desa Kertaraharja ada 2 UMKM yang menjadi fokus peningkatan jalur penjualan yaitu UMKM Anyaman dari bambu dan Kripik Pisang Desa Kertaraharja Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang.

Karawang, 28 Februari 2023

Berdasarkan hasil wawancara UMKM Anyaman peci dari bambu yang dirintis sejak tahun 2019, UMKM Anyaman Peci dari bambu dalam 1 bulan pemilik usaha mampu memproduksi 20 Kopeah dari 16 kali produksi dengan biaya yang dibutuhkan yaitu Rp. 215.000. UMKM Peci Anyaman Bambu ini telah berjalan sejak tahun 2021 dan dipasarkan melalui proses pemesanan terlebih dahulu. Para pengrajin anyaman peci sampai saat ini terdapat 10 orang pengrajin, yang diberi nama kelompok “Macakal” yang artinya kreatif dan mandiri, karena dalam pembuatan anyaman peci itu diperlukan ide-ide kreatif dalam menyusun pola/motif yang menarik supaya mendapatkan perhatian konsumen. Peci anyaman dari bambu yang berada di dusun langseb 5 desa Kertaraharja Kecamatan Pedes menggunakan bahan baku bambu tua yang berkualitas, pembuatannya memerlukan waktu yang lama dan cukup rumit karena proses pembuatan masih manual. Peci bamboo ini sudah di pasarkan dan banyak di gunakan di berbagai kota seperti Cianjur, bahkan sampai ke mancanegara, yaitu Negara Maroko, hingga Negara Sidney.



Gambar 1
UMKM Peci anyaman Bambu
Sumber : UMKM Peci Anyaman Bambu, Penulis 2022

Hambatan yang dialami oleh UMKM ini yaitu karena adanya konsumen yang ingin custom menggunakan tulisan bahasa arab, kemudian ukuran kopeah yangg berbeda. Masalah yang dihadapi ini merupakan potensi yang menguntungkan untuk UMKM peci anyaman bambu, karena potensi untuk meningkatkan usaha sudah ada jalannya. Cara untuk meningkat nya dengan
Karawang, 28 Februari 2023

memperluas jalur pemasaran yaitu melalui digitalisasi, menggunakan media-media sosial media atau dengan menggunakan e-commerce (*market place*).

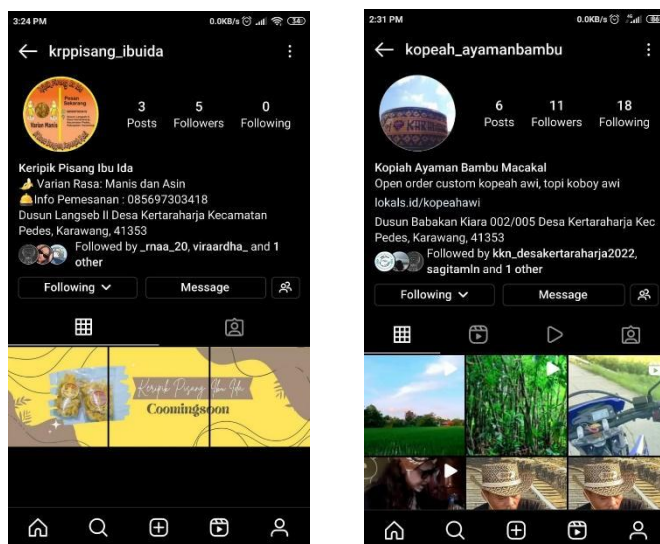
Sedangkan UMKM Kripik Pisang menggunakan bahan baku pisang kapok yang dibeli langsung ke pasar Rengasdengklok dengan harga Rp. 138.000, Kripik pisang ini mempunyai dua varian rasa yaitu asin dan manis yang di kemas menjadi 2 ukuran yaitu 250 gram dan 1000 gram, UMKM belum memiliki kestabilan dalam proses produksi perharinya sehingga akan mempengaruhi terhadap pendapatan.



Gambar 2
UMKM Peci anyaman Bambu
Sumber : UMKM Peci anyaman Bambu, Penulis 2022

Sesuai dengan pernyataan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 65 juta pengguna. dari angka tersebut, 95% menghabiskan waktu di sosial media, maka media pembantu untuk promosi sangat baik yaitu melalui digitalisasi. Pembuatan promosi melalui poster dan video yang dikemas dengan sangat menarik dan informatif mengenai kegunaan manfaat dari produk sendiri, memuat seluruh informasi tentang bisnis yang dipromosikan lengkap dengan foto produk dan harga menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk, memanfaatkan media sosial bisa melalui Whatsapp, Facebook, Tiktok dan Instagram sebagai media publikasi.

Berikut merupakan bentuk media sosial yang telah di buat untuk UMKM Peci Anyam Bambu dan KripiK Pisang Ibu Ida melalui pembuatan poster, video promosi dan Instagram.



Gambar 3

Penjualan melalui Instagram

Sumber : UMKM Peci anyaman Bambu & Keripik pisang Ibu Ida, Penulis 2022

Dengan menggunakan digitalisasi maka akan meningkatkan jalur pemasan yang mengakibatkan meingkatnya penjualan yang kemudian akan meningkatkan juga pendapatan pelaku UMKM yang menjadi jalan untuk mengurangi kemiskinan ekstrim yang menjadi masalah pada Desa ini.

Kesimpulan

Dampak dari 2 tahun Covid memaksa semua pelaku usaha untuk mau merubah cara berjualan, hal ini sangat dirasakan oleh UMKM yang melakukan penjualan dengan cara konvensional dan terbatas hanya pada lingkungan itu saja, maka dengan adanya penggunaan penjualan secara digitalisasi ini melalui pembuatan poster yang memuat informasi produk, harga dan kontak penjualan, kemudian di buat video promosi yang menarik bisa menjadikan jalan untuk penjualan yang lebih luas dan bisa membuat pelaku usaha untuk bisa membuat produk secara konsisten.

Karawang, 28 Februari 2023

REFERENSI

- [1] WN. Minggu, 24 Oktober 2021. Penduduk Miskin Ekstrem di Karawang Capai 106.780 Jiwa. <https://www.beritasatu.com/>
- [2] Yuda Febrian Silitonga. Senin, 04 Okt 2021. Kmeiskinan Ekstrem di Karawang Tinggi ini penjelasan BPS. <https://news.detik.com>
- [3] Bilal Ramadhan. Senin 25 Oct 2021. Bappeda Karawang: Kemiskinan Ekstrem Tersebar di Pedesaan. <https://www.republika.co.id/>
- [4] M. Ali Khumaini. Senin, 6 Juni 2022. Ratusan pelaku UMKM di Karawang dilatih peningkatan kualitas produk. <https://megapolitan.antaranews.com/>
- [5] Hayatullah. 4 Februari 2022. Teknologi Penting Bagi Pengembangan UMKM. <https://karawangbekasi.jabarekspres.com>
- [6] <https://opendata.jabarprov.go.id>
- [7] Jelani & Babay Suhaemi (2021). Digitalisasi Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Di Desa Rancabango Pada Masa Pandemi Covid-19. Vol: I No: XXIII (November2021)
- [8] Lebrina Uneputty Minggu, 10 Oktober 2021 Daftar 25 Desa Tingkat Kemiskinan Ekstrem Di Kabupaten Karawang <https://bekaci.suara.com/>
- [9] Hartono dan Rahmi, Namira Ufrida. 2018. Pengantar Akuntansi. Yogyakarta. Budi Utama https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Akuntansi/O0FVDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengantar+akuntansi&printsec=frontcover
- [10] Rahmayuni, Siti. 2017. “Peranan Laporan Keuangan Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Pada Ukm.” 1(1).
- [11] <https://peraturan.bpk.go.id/> Undang-undang (UU) tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- [12] https://peraturan.bpk.go.id/Ketetapan_MPR_tentang_Politik_Ekonomi_dalam_Rangka_Demokrasi_Ekonomi