

E- commerce Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Cikeusal

Ina Rohiyatussakinah¹, Achmad Syarifudin², Ade Milatus'sadiyah³

^{1,2,3}Universitas Banten Jaya

Email: ^{1*} Ina Rohiyatussakinah@unbaja.ac.id , Achamad syarifudin@unbaja.ac.id,
Ademillatussa' adiyah@unbaja.ac.id

ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu jenis perekonomian di Indonesia, UMKM dapat menghasilkan beberapa produk yang menarik. Pemanfaatan teknologi sebagai peningkatan penjualan juga sangat dibutuhkan. Lewat e-commerce, dapat meningkatkan penjualan, pemasaran, serta memudahkan para pelaku usaha UMKM untuk dapat menjual produknya secara luas dan global. Maka dari itu, diperlukan edukasi seputar penjualan digital atau digital marketing yang dapat meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM. Seminar E-commerce sangat diperlukan untuk dapat meningkatkan penjualan pada pelaku UMKM, seminar ini bertujuan untuk mengedukasi para pelaku UMKM untuk seminar ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan bagi pelaku usaha UMKM.

Kata kunci: UMKM, E-commerce, Penjualan, Edukasi.

ABSTRACT

One sort of economy in Indonesia is UMKM, which is capable of producing a variety of intriguing goods. Technology use to boost sales is also desperately needed. E-commerce has the potential to boost sales, improve marketing, and make it simpler for UMKM businesses to sell their goods locally, nationally, and internationally. As a result, training in digital sales or marketing is required to help UMKM participants enhance their sales. To improve sales to UMKM players, e-commerce seminars are absolutely required. The purpose of this seminar is to instruct UMKM participants on how to boost and expand sales. It is envisaged that by holding this session, UMKM businesses will see a boost in sales.

Keywords: UMKM Businesses, E-Commerce, Sale, Education

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) tematik yang diselenggarakan pada Universitas merupakan kegiatan tridharma perguruan tinggi di bidang pengabdian dimana dosen dan mahasiswa berkolaborasi menjalankan misi untuk mengabdikan pada masyarakat dengan ilmu dan pengalaman yang didapatkan di kampus untuk memberikan kebermanfaatan pada masyarakat merupakan sebuah kegiatan terprogram untuk mengabdikan di Masyarakat, dengan pendekatan dari beberapa sektor. Seperti: keilmuan, dan sektoral dalam kurun waktu tertentu. Adapun kegiatan yang dilakukan : pengajaran, keilmuan, bersosialisasi dan mengabdikan pada Masyarakat. KKM merupakan perwujudan dari tri dharma perguruan tinggi yaitu: Pendidikan dan pengajaran, Penelitian dan pengembangan, dan yang terakhir Pengabdian kepada Masyarakat. Kuliah kerja mahasiswa bertemakan "Inovasi dan kreatifitas mahasiswa dalam mengembangkan UMKM untuk mewujudkan Masyarakat mandiri". Kegiatan kali ini, bertempat di Desa Cilayang Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang Provinsi Banten Indonesia.

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. UMKM memiliki berbagai macam jenis, mulai dari usaha pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan, kehutanan, industri, kerajinan, perdagangan, jasa, dan lain

sebagainya. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM menyerap tenaga kerja yang cukup besar, yaitu sekitar 97% dari total tenagakerja di Indonesia. Selain itu, UMKM juga berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pemerataan pendapatan, dan mengurangi kemiskinan.

Dalam tema kali ini, mahasiswa ditugaskan untuk berinovasi membangun Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan bertanggung jawab dalam menyumbangkan ide-ide yang dapat membangun dan memajukan usaha mikrokecil dan menengah (UMKM). Selain itu, kemajuan teknologi yang pesat dapat dimanfaatkan untuk menunjang kesuksesan pengembangan UMKM di Desa Cilayangini. Dalam program memajukan UMKM ini, kami para mahasiswa mengadakan program yang bertujuan untuk membuat Masyarakat dapat dengan mudah memasarkan produknya lewat platform social media ataupun e-commerce.

Pengabdian ini dibuat berdasarkan kejadian yang terjadi di masyarakat terutama pelaku UMKM yang masih secara pasif menggunakan e-commerce serta market place.

Dengan mengabdikan di masyarakat Selama kurun waktu 30 hari, kami menemukan beberapa masalah dalam penjualan serta kurang berkembangnya UMKM yang ada di Desa Cilayang ini. diantaranya, beberapa pelaku usaha UMKM belum terlalu mengerti tentang proses pembuatan akun di market place, para pelaku UMKM belum mampu membuat kemasan dengan menarik, yang terakhir pelaku UMKM belum mampu membuat kemasan yang menarik yang dapat menunjukkan identitas dari barang dagangan itu sendiri.

Beberapa uraian masalah yang ada yakni pelaku UMKM belum mengetahui betul mekanisme menggunakan e-commerce dikarenakan 1:3 pelaku UMKM adalah seorang lanjut usia, yang menurut teori Patricia A. Greenfield dan Sherry Turkle, *Journal of Applied Gerontology*, 2000 yakni Teori ini menyatakan bahwa lansia sering kali takut untuk menggunakan teknologi baru, termasuk internet. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pengalaman dengan teknologi, kurangnya kepercayaan diri, dan ketakutan akan hal-hal baru. Yang sudah lanjut, pengetahuan tentang marketing yang masih minim pada pelaku usaha sangat mempengaruhi kemajuan UMKM di Desa Cilayangini. penyebab yang terjadi menurut teori M.K. Malhotra, *Marketing Education Review*, 2004 yakni Kurangnya akses keinformasi. Informasi tentang marketing mungkin tidak mudah diakses oleh semua orang. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti biaya, ketersediaan, dan bahasa.

METODE

Adapun metode yang dilakukan dalam pengabdian ini membuat sebuah inovasi untuk meningkatkan penjualan para pelaku UMKM Dengan mengadakan seminar e-commerce. Yang bertempat di kantor Desa Cilayang, yang dilaksanakan pada tanggal 31 Agustus 2023 dengan durasi selama kurang lebih 3 jam. Sebelum mengadakan seminar e-commerce ini kami menganalisa kebutuhan Masyarakat pelaku UMKM dengan pemilihan metode yang tepat yaitu menggunakan system seminar atau pelatihan. Pelatihan merupakan proses terencana untuk memodifikasi sikap atau perilaku pengetahuan, keterampilan melalui pengalaman belajar. Tujuannya adalah untuk mencapai kinerja yang efektif dalam setiap kegiatan atau berbagai kegiatan. dengan menggunakan observasi, dan seminar UMKM berbasis e commerce. Observasi → wawancara → Seminar → mengidentifikasi jenis usaha → pemberian fasilitas pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan pendataan dengan Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara,

9 pelaku UMKM yang ber lokasi di Desa Cilayang. Dengan daftar sebagai berikut:

No	Nama	Produk	Alamat
1	Jukiah	Telur Asin	Kp. KatupangTeblongan Rt.017 Rw. 002
2	Rohemah	Emping	Kp. KatupangTeblongan Rt. 017 Rw. 002
3	Rosem	Dapros	Kp. Cibogo Rt. 012 Rw. 003
4	Nasi	Dapros	Kp. Cibogo Rt. 018 Rw. 003
5	Sani	Emping	Kp. Katupang Tegal Rt. 015 Rw. 003
6	Karlinah	Emping	Kp. Katupang Tegal Rt. 015 Rw. 001
7	Siti	Emping	Kp. Katupang Tegal Rt. 015 Rw. 001
8	Wati	Emping	Kp. Katupang Tegal Rt. 015 Rw. 001
9	Naswati	Dapros	Kp. KatupangPagedangan Rt.002 Rw. 001

Dengan jumlah 9 pelaku usaha ini, kami bertekad untuk memajukan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan mengadakan seminar E-commerce yang dipandu oleh Master Ceremony (MC) yang bertemakan “Pemanfaatan E-commerce Sebagai Salah Satu Media Pemasaran UMKM Desa” seminar ini, di isi oleh pemateri yang Bernama Ibu Asih Kurnianingsih SE, MM. yang membawakan materi tentang E-commerce. Acara seminar ini merupakan acara kolaborasi antara kelompok 8 dan kelompok 9 KKM Universitas Banten Jaya. Yang mana di hadiri oleh pelaku UMKM sebanyak 12 orang dan di hadiri juga oleh perangkat Desa Mongpok dan Lurah Cilayang serta dosen pembimbing lapangan kelompok 8 dan kelompok 9.

Seminar ini berisikan kegiatan, inti dari pengabdian yang kita lakukan Selanjutnya, materi utama e-commerce ini di isi oleh ibu Asih Kurnianingsih, SE, MM. yang berisikan tentang, E-commerce adalah pasar digital yang dapat mempermudah dan meningkatkan penjualan di era digital jaman sekarang. Dengan kemajuan jaman ini pemanfaatan social media sebagai wadah berjualan merupakan digital marketing. E-commercet erdiri dari dua jenis, yaitu; B2B dan B2C. B2B adalah penjualan langsung ke konsumen. Sedangkan B2C adalah penjualan tidak langsung ke konsumen akhir. Keuntungan dari e-commerce adalah dapat mempermudah berbelanja, akses global, peningkatan rantai pasokan, serta pengurangan biaya. E-commerce merupakan pasar digital yang bersifat global, mudah di akses dan menghemat biaya. Dengan e-commerce dapat mempermudah perdagangan dengan jangkauan yang luas dan lebih banyak, dengan e-commerce kita dapat memasarkan dagangan dengan mudah dan hemat biaya. Dengan handphone kita dapat menjual barang kita dengan mudah dan jangkauan yang luas. Packaging serta label sangat penting sebagai identitas sebuah produk. dapatmeningkatkanpenjualan dan terkenal di kalangan konsumen. Logo dan packaging dapat meanikan harga suatu produk. Demikianmateri yang telah di sampaikan oleh pemateri, dan di tutup dengan doa, foto Bersama, serta pemberian bingkisan untuk pemateri. Dengan seminar E-commerce ini, dapat dihasilkan sebuah wadah bagi para peelaku usaha berupa akun penjualan di dalam market place agar pelaku usaha dapat memasarkan produk mereka lebih luas dan lebih banyak. Berikut adalah foto kegiatan sertamateri yang di sampaikan oleh Ibu ASIH KURNIANINGSIH, SE. MM.

NAMA KEGIATAN	FOTO
Perkenalan pemateri	
Sambutan-sambutan	 

	  
Pemaparan materi	

	
Praktek dan pengumpulan produk usaha	 
Foto Bersama dan penyerahan bingkisan untuk pemateri	

	
Materi yang disampaikan	

KESIMPULAN

Setelah melakukan KKM selama kurang kami melihat banyak potensi yang bisa dikembangkan dari UMKM yang sudah berjalan, kami rasa kerjasama pelaku UMKM dan pemerintah setempat harus dapat berkolaborasi untuk mengembangkan bisnis ini menjadi lebih besar lagi. Karena dengan adanya UMKM yang berjalan dan sukses akan menaikkan kesejahteraan

Masyarakat di tempat kami melakukan KKM, melihat masih ada beberapa warga yang masih mengalami kesulitan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Perputaran ekonomi Indonesia sebagian besar dipegang oleh pelaku UMKM, maka sudah seharusnya setiap desa di Indonesia mempunyai produk khas yang dapat dikenal di seluruh Indonesia sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan Masyarakat yang diharapkan dapat menjadi efek domino meningkatkan kualitas Pendidikan pada anak-anak yang akan menjadi penerus generasi bangsa. dapat membangun sangat dibutuhkan bagi warga Desa Cilayang terutama terkait dengan kemajuan teknologi. kami sampaikan yakni untuk terus mengikuti zaman dan kemajuan teknologi agar dapat mengikuti perkembangan jaman. Serta dapat berinovasi dan membangun UMKM di Desa Cilayang setelah menerima materi dari Seminar E-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

1. "The Role of Marketing Knowledge in the Development of Strategic Marketing Competencies" oleh Mary Jo Bitner dan Donald R. John, *Journal of Marketing*, 2004
2. "The Internet and Older Adults: Benefits and Challenges" oleh Patricia A. Greenfield dan Sherry Turkle, *Journal of Applied Gerontology*, 2000
3. Aditya, Rifki. "Pengaruh Pelatihan Terhadap Kompetensi Dan Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT. Pln (Persero) Distribusi Jawa Timur Area Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, vol. 27, no. 2, 23 Oct. 2015.
4. Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh perkembangan usahamikro, kecil, dan menengah terhadap pendapatan nasional pada sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127-135.
5. Triandra, N., Hambali, D., Nurasia, & Rosalina, N. (2019). ANALISIS PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN KINERJA UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM DI KABUPATEN SUMBAWA). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1).