

Pengenalan dan Pemberdayaan *E-Commerce* Pada UMKM Kerupuk Kaisar di Desa Sumberrejo Kabupaten Pasuruan

Introduction and Empowerment of E-Commerce in Kerupuk Kaisar UMKM in Sumberrejo Village, Pasuruan Regency

Elvin Syah Huzaimi^{1*}, Fatchur Rozci²

^{1,2}Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, UPN “Veteran” Jawa Timur

*Email Korespondensi: elvinsyahhuzaimi@gmail.com

Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 15 Juni 2023

Accepted: 07 Juli 2023

Keywords: *E-Commerce, UMKM, Empowerment*

Abstract: *The use of e-commerce in Ms. Wati's “UMKM Kerupuk Kaisar” marketing can be utilized in their products. E-commerce can be interpreted as a place where trading activities or buying and selling of goods occur which are connected to a network known as the internet network. The “UMKM Kerupuk Kaisar” is one of the businesses located in Sumberrejo Village, Kutjur Hamlet, Purwosari District, Pasuruan Regency. The purpose of introducing and empowering e-commerce is to expand the market and to make products known to the general public. The implementation method used is the learning by doing approach. The result of this e-commerce lesson hoped that the introduction of e-commerce to “UMKM Kerupuk Kaisar” can create a new spirit in doing business so that producers are able to compete with business actors from developed countries.*

Abstrak : Penggunaan *e-commerce* pada UMKM Kerupuk Kaisar milik Ibu Wati dapat dimanfaatkan dalam memasarkan produknya. *E-commerce* dapat diartikan sebagai tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan yang dikenal dengan jaringan internet. UMKM Kerupuk Kaisar adalah salah satu usaha yang berada di Desa Sumberrejo, Dusun Kutjur, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan. Tujuan dilakukannya pengenalan dan pemberdayaan *e-commerce* ini untuk memperluas pasar dan agar produk dapat dikenal khalayak umum. Metode pelaksanaan yang dilakukan yaitu dengan pendekatan *learning by Doing*. Hasil dari kegiatan Pengenalan *e-commerce* kepada pelaku UMKM Kerupuk Kaisar diharapkan dapat menciptakan semangat baru dalam berbisnis agar para produsen mampu bersaing dengan pelaku usaha dari negara maju.

Kata Kunci: E-Commerce, UMKM, Pemberdayaan

PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya era digitalisasi dan mendukung Indonesia siap Industri 4.0, pelaku UMKM dituntut untuk berinovasi melalui sektor industri lokal dan mempersiapkan diri untuk bersaing secara global dengan peningkatan produktivitas hasil produksi sehingga produk yang dihasilkan memiliki nilai ekspor.

Masalah utama yang dihadapi UMKM yaitu keterbatasan untuk menuju akses pasar domestik dan global, akses pendanaan, dan akses keterampilan. *E-commerce* diyakini dapat menjadi salah satu solusi dari ketiga permasalahan tersebut. *E-commerce* akan mengurangi biaya dan hambatan untuk mengakses pasar yang kemudian akan meningkatkan penjualan dan ekspor UMKM. *E-commerce* juga akan memberikan model pendanaan baru seperti *crowdfunding* dan *peer to peer lending* yang akan memberikan kemudahan pendanaan bagi UMKM. Selain itu, *e-commerce* juga diyakini dapat memberikan solusi baru untuk mengatasi keterbatasan keterampilan pekerja UMKM terkait transaksi *online* dan platform *online*.

Di Desa Sumberrejo Kabupaten Pasuruan terdapat banyak pelaku UMKM dengan beragam jenis produk unggulan. Salah satunya merupakan UMKM Kerupuk Kaisar yang bergerak di bidang pangan. Pemilik dari UMKM Kerupuk Kaisar ini bernama Ibu Wati yang bertempat tinggal di Desa Sumberrejo. Kerupuk yang diolah oleh Ibu Wati mempunyai beberapa jenis, seperti kerupuk rengginang, kerupuk cantir, dan kerupuk singkong. Kerupuk yang diolah dibuat dari bahan pilihan yang diambil dari kebun pribadi milik Ibu Wati, sehingga kerupuk olahan Ibu Wati memiliki kualitas yang terjaga dan cita rasa yang enak.

Meskipun demikian, model pemasaran yang dilakukan oleh UMKM milik Ibu Wati masih tergolong konvensional karena hanya menjual produk melalui toko *offline* dan belum memaksimalkan penggunaan IPTEK yang berbasis media *online* (*e-commerce*) dimana pergerakannya dinilai lebih luas dan cepat jika dibandingkan dengan toko *offline*. Sedangkan pada UMKM Ibu Wati terdapat kendala pada menuju pasar yang lebih luas serta produknya kurang dikenal oleh khalayak luas. Oleh karena itu, perlu dibangun suatu program pemasaran yang berbasis pada pengelolaan IPTEK yang tepat guna untuk meningkatkan *omzet* penjualan, sehingga kesejahteraan anggota kelompok dalam segi finansial dapat meningkat.

Berdasarkan permasalahan dari UMKM dari Ibu Wati, maka diambil solusi untuk dilakukan pengenalan dan pemberdayaan *e-commerce* agar dapat bersaing dengan produk lain yang serupa serta dapat menjangkau target pasar yang lebih luas. Oleh sebab itu, perlu adanya pendampingan tentang pengenalan dan pemberdayaan *e-commerce*. Hal ini dilakukan agar pemilik UMKM mendapatkan pengetahuan baru, cara penjualan produk yang lebih modern, dan menjangkau target pasar yang lebih luas.

METODE

A. Waktu dan Lokasi Pelaksanaan

Lokasi pelaksanaan dilakukan pada UMKM milik Ibu Wati yang terletak di Desa Sumberrejo, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan. Tujuan dari penentuan lokasi ini yaitu untuk mempermudah peneliti agar dapat lebih terfokus pada penelitian berdasarkan data dan

informasi yang dibutuhkan.

B. Metode Pengumpulan Data

Sampel pada pelaksanaan ini adalah pemilik UMKM Kerupuk Kaisar, yaitu Ibu Wati yang memegang peranan dalam proses pengolahan kerupuk mulai dari awal hingga akhir serta pada pemasaran produk tersebut. Selain itu, Ibu Wati merupakan narasumber yang tepat untuk memperoleh data informasi yang dibutuhkan dalam proses pembuatan dan pemasaran kerupuk. Penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling yang memilih sampel berdasarkan karakteristik tertentu dan sampel ini berkaitan dengan populasi yang telah diketahui sebelumnya.

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini terdapat dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini meliputi :

a. Observasi

Merupakan suatu aktivitas yang dilakukan dalam rangka pengambilan data secara langsung pada suatu objek tertentu yang menjadi objek penelitian.

b. Interview

Merupakan suatu aktivitas tanya jawab dengan narasumber dan pewawancara untuk mendapatkan informasi secara langsung dari narasumber.

Data Sekunder pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Studi Pustaka

Merupakan metode yang digunakan untuk mencari data atau informasi mendukung. Didapatkan dari berbagai referensi seperti jurnal, skripsi, makalah, atau laporan terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian ini. Studi Pustaka diperoleh melalui sumber yang jelas dan valid sehingga pada pemberian informasi tidak terdapat kesalahan serta dapat lebih terarah.

b. Mencatat dan Analisis Data

Metode ini dilakukan untuk memperoleh beberapa data atau informasi yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya.

C. Metode Analisa Data

Metode Analisa data pada penelitian ini menggunakan pendekatan Learning by Doing yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adanya pelaksanaan ini dilakukan dengan berbagai tahapan yaitu adalah sebagai berikut :

No.	Tahapan	Penjelasan
1	Pra Pelatihan	<ul style="list-style-type: none">- Melakukan survei terhadap pemasaran produk kerupuk milik Ibu Wati mulai dari bentuk produk dan jenis pemasaran yang dilakukan- Melakukan diskusi dengan kelompok bersama Ibu Wati selaku pemilik UMKM produk Kerupuk Kaisar.

2	Edukasi	- Melakukan penyampaian materi dengan melaksanakan sosialisasi secara langsung mengenai, diantaranya adalah : a. Pengenalan <i>e-commerce</i> b. Cara membuat akun toko pada <i>e-commerce</i> c. Istilah-istilah pada <i>e-commerce</i> d. Fitur yang tertera pada <i>e-commerce</i>
3	Praktik	- Mengisi data diri yang sesuai dengan pemilik UMKM pada akun toko <i>e-commerce</i> - Menambahkan produk pada akun toko <i>e-commerce</i> yang telah dibuat - Memasarkan produk yang telah dicantumkan pada <i>e-commerce</i> UMKM Ibu Wati
4	Pendampingan	- Pendampingan pemasaran dengan <i>e-commerce</i> dilakukan secara offline langsung dirumah pemilik UMKM Ibu Wati.
5	Evaluasi	- Evaluasi mengenai kegiatan yang dilaksanakan apakah telah sesuai dengan tujuan awal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Online store dapat diartikan sebagai tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan yang dikenal dengan jaringan internet (Yusuf, 2012). Pembeli dapat mengunjungi toko online kapan saja tanpa adanya Batasan waktu dan membeli produk yang tersedia dalam media internet. Jika pada toko biasa (*offline store*) pembeli dilayani oleh manusia, maka pada toko online pembeli akan dilayani oleh mesin atau program. Proses jual beli semacam ini dirasa lebih efektif dalam memperkenalkan produk dan memasarkannya.

Bagi para penjual, membuka toko online memiliki beberapa keuntungan, diataranya yaitu :
1.) Toko online akan diakses oleh orang-orang yang sedang mencari barang yang dijual di toko tersebut (tepat sasaran), 2.) Modal lebih rendah, 3.) Dapat dilakukan oleh siapa saja, 4.) Toko dapat diakses selama 24 jam dengan proses pembelian yang berjalan secara otomatis, 5.) Penjual tidak perlu menimbun stok dan tidak membutuhkan banyak karyawan untuk mengurus dan menjaga barang, 6.) Biaya promosi murah, dapat dijalankan di mana saja, pasar yang dijangkau lebih luas, serta memiliki potensi penghasilan yang besar.

Meskipun toko online telah memiliki keuntungan yang telah disebutkan pada paragraph sebelumnya, tetapi toko online juga memiliki kelemahan, yaitu : 1.) Adanya resistensi sekelompok orang terhadap barang yang dijual secara online karena seringnya terdapat perbedaan antara

produk asli dengan produk yang tertera pada toko online, 2.) Proses pembayaran yang lebih rumit, karena pasar yang dituju bersifat global namun hanya terbatas pada pengguna internet yang umumnya digunakan oleh masyarakat yang berusia muda, 3.) Adanya tambahan biaya pengiriman barang, apabila barang dianggap tidak sesuai pesanan, maka sistem komplain akan sedikit rumit. Meskipun memiliki beberapa kelemahan, namun toko online memiliki manfaat praktis bagi para penjual yang ingin memperluas bisnis dengan modal yang kecil.



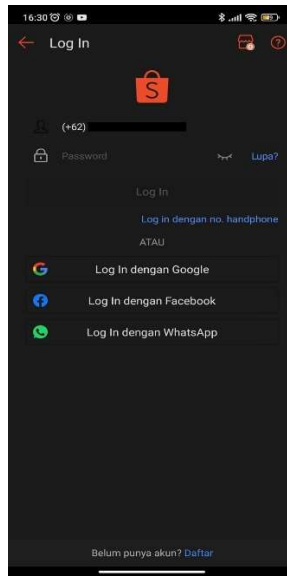
Gambar 1. Foto Bersama pelaku UMKM Kerupuk Kaisar

Dalam pelatihan membuat toko online, pada tahap pertama pemilik UMKM dikenalkan dengan pengertian, manfaat, dan beberapa contoh nama toko online yang telah dikenal oleh khalayak luas. Kemudian, pemilik UMKM diajarkan untuk membuat e-mail sebagai langkah awal untuk mengakses ke beberapa situs toko online yang ada (contoh : Shopee). Pembuatan toko online yang telah dijelaskan ditujukan pada pembuatan toko online gratis sehingga mampu menekan biaya promosi.

Melihat semakin tingginya pengguna telepon seluler berbasis android (smartphone) di Indonesia menjadi suatu hal yang menjanjikan bagi perkembangan e-commerce di Indonesia. Selain itu, harga smartphone yang terjangkau di pasaran mampu meningkatkan jumlah pengguna yang nantinya akan membantu pertumbuhan e-commerce. Salah satu toko online yang berhasil meningkatkan penjualannya yaitu Shopee. Oleh sebab itu, metode penjualan semacam ini perlu digerakkan sebagai upaya membantu para konsumen melakukan transaksi tanpa dibatasi waktu dan lokasi. Di sisi lain, peningkatan penghasilan konsumen juga akan terus bertambah sebagai akibat dari proses transaksi praktis yang ditawarkan.

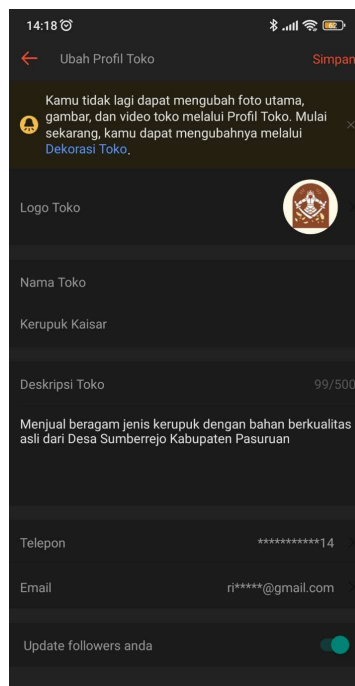
Tahap Pembuatan Akun Toko Online *Shopee*

1. Login terlebih dahulu, jika belum memiliki akun maka pilih opsi daftar



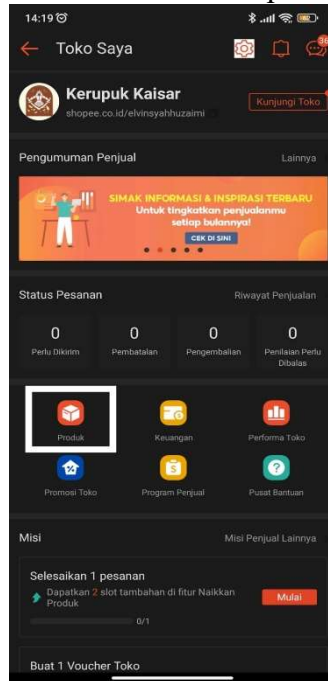
Gambar 2. Tampilan login *e-commerce shopee*

2. Lalu lengkapi profil toko dengan identitas yang sesuai



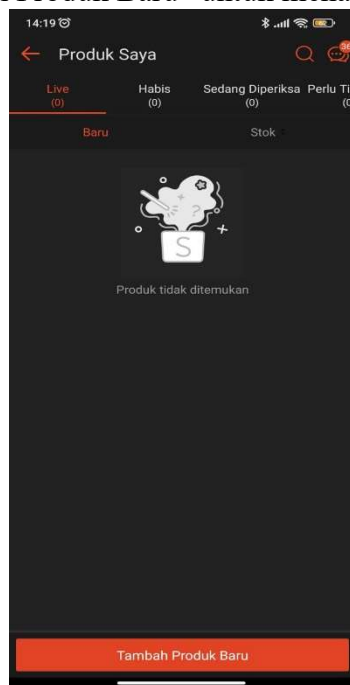
Gambar 3. Tampilan untuk mengisi profil toko

3. Selanjutnya, pilih logo produk untuk menambahkan produk kedalam toko



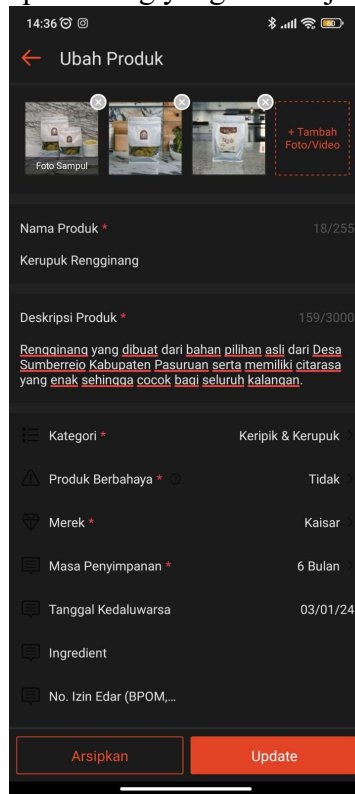
Gambar 4. Opsi menu pada tampilan “Toko Saya”

4. Berikutnya, pilih opsi “Tambah Produk Baru” untuk menambah produk



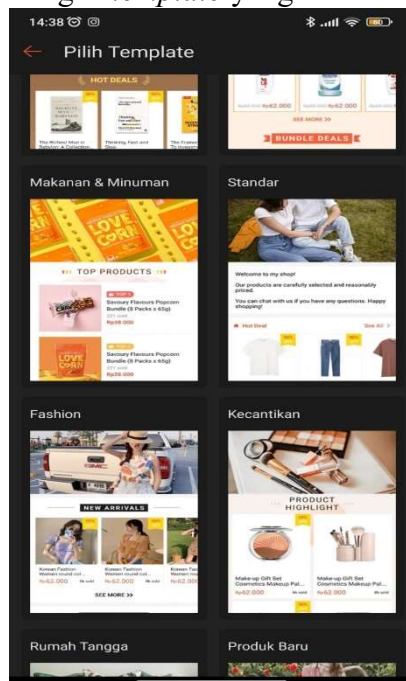
Gambar 5. Laman “Produk Saya”

5. Setelah itu, beri foto dan deskripsi barang yang akan dijual pada toko



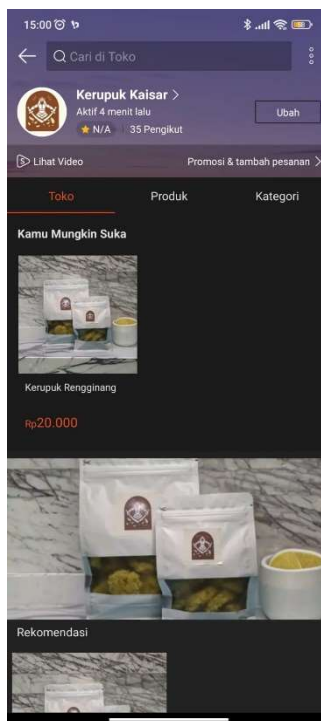
Gambar 6. Laman “Ubah Produk”

6. Selanjutnya, hias laman toko dengan *template* yang sesuai dengan barang yang dijual



Gambar 7. Laman “Pilih Template”

7. Laman toko telah selesai, produk siap dipasarkan secara *online*



Gambar 8. Laman Kerupuk Kaisar yang telah jadi

Pengenalan e-commerce ini kepada pelaku UMKM Kerupuk Kaisar diharapkan dapat menciptakan semangat baru dalam berbisnis agar para produsen lokal memiliki atmosfer perputaran transaksi perdagangan berbasis telepon seluler layaknya di negara-negara maju yang telah menerapkan e-commerce dalam memasarkan produknya. E-commerce dapat dibangun untuk meningkatkan penjualan produk-produk lokal yang dikumpulkan menjadi satu wadah dalam aplikasi website dan diakses menggunakan smartphone. Akan sangat menarik jika produk UMKM Desa Sumberrejo dapat ditampilkan dengan model e-commerce. Masyarakat dunia berkesempatan untuk membeli produk tersebut hanya dengan menggerakkan jemari mereka pada smartphone. Dan pada akhirnya, produk lokal Kabupaten Pasuruan dapat dikenal secara luas dan berlanjut pada peningkatan kesejahteraan para anggota UMKM yang terlibat di dalamnya. Meskipun begitu, berbagai kendala masih dihadapi saat menggunakan e-commerce. Belum siapnya varian produk, kualitas produk yang tidak terkontrol, jaringan internet yang kurang stabil, serta beberapa permasalahan lainnya menjadi penghalang dalam penerapan model tersebut. Oleh sebab itu, berbagai macam pelatihan dan pendampingan baik dari pemerintah, tokoh masyarakat, akademisi, dan berbagai kelompok masyarakat yang lainnya masih sangat dibutuhkan agar tercapainya peningkatan mutu secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari pengenalan dan pemberdayaan *e-commerce* produk pada UMKM Kerupuk Kaisar milik Ibu Wati maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Masalah utama yang dihadapi UMKM yaitu keterbatasan untuk menuju akses pasar domestik dan global, akses pendanaan, dan akses keterampilan.
2. Toko online memiliki beberapa kelebihan seperti membutuhkan modal yang lebih sedikit, serta kelemahan seperti proses pembayaran yang lebih rumit. Namun, toko online memiliki manfaat praktis bagi para penjual yang ingin memperluas bisnis dengan modal yang kecil.
3. Pengenalan *e-commerce* ini kepada pelaku UMKM Kerupuk Kaisar diharapkan dapat menciptakan semangat baru dalam berbisnis agar para produsen lokal memiliki atmosfer perputaran transaksi perdagangan berbasis telepon seluler layaknya di negara-negara maju yang telah menerapkan *e-commerce* dalam memasarkan produknya.

DAFTAR REFERENSI

- Endriastuti, A., & Permatasari, M. P. (2018). PELATIHAN PEMASARAN, PEMBERDAYAAN TOKO ONLINE, DAN PENGENALAN m-commerce PADA PRODUK UNGGULAN JAGUNG TORTILADI KECAMATAN TRUCUK KABUPATEN BOJONEGORO. *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 56. <https://doi.org/10.31604/jpm.v1i2.56-66>
- Nurchayati, U., & Yogyakarta, U. M. (2019). *PEMBERDAYAAN DUNIA E-COMMERCE UNTUK KEMANDIRIAN DAN PEMBERDAYAAN DUNIA E-COMMERCE UNTUK SUB-TEMA SOSIAL DAN EKONOMI* Disusun oleh : Umi Nurchayati (20140730087 / Angkatan 2014). *January*.
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 34–40. <https://doi.org/10.54783/ap.v3i1.6>
- Santoso, H. B., Wibowo, A., Siang, J. J., Delima, R., & Chrismanto, A. R. (2021). *Pemberdayaan Kewirausahaan Berbasis Teknologi Informasi Bagi Masyarakat Penyandang Disabilitas Di Gunung Kidul*. 3(1).
- Riyanto, C. A., Afina, I. G. K. A. K. A., Kurniasari, I. T., & Kristiani, Y. (2022). Pemberdayaan Masyarakat di Desa Kalikurmo Berbasis Kearifan Lokal : Pelatihan e- Commerce untuk Meningkatkan Akses Pemasaran dan Penjualan Produk Hasil Desa. *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02(02), 267–277.