

**Sosialisasi Pemanfaatan Aplikasi E-Peken bagi UMKM dan Masyarakat di Wilayah RT
07 Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya**

M. Dicky. Rendra N

Manajemen, Universitas 17 Agustus Surabaya,

dickyrendra9@gmail.com

Gustaf Naufan Febrianto

Universitas 17 Agustus Surabaya,

gfebrianto@untag-sby.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama ekonomi nasional yang perlu dan harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat. Sebagaimana yang telah diatur di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam hal ini inovasi- inovasi sangat diperlukan dalam rangka penerapan undang-undang tersebut. Oleh karena itu pemerintah perlu berupaya semaksimal mungkin untuk bisa memberdayakan para pelaku UMKM sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman. Pemerintah Kota Surabaya baru saja secara resmi melaunching aplikasi Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo (E- PEKEN) Surabaya pada 31 Oktober 2021. E-Commerce menjadi inovasi Pemerintah Kota Surabaya dalam rangka pemberdayaan dan memfasilitasi para pelaku UMKM agar usaha mereka bisa terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Dari data yang sudah diperoleh, dengan ini penulis mempunyai gagasan untuk dijadikan sebagai program Kuliah Kerja Nyata (KKN) individu dengan judul program Sosialisasi Pemanfaatan Aplikasi E-Peken bagi UMKM dan Masyarakat di Wilayah RW 07 Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya.

Kata kunci: Aplikasi, Peken, Surabaya, UMKM

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama ekonomi nasional yang perlu dan harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat. Sebagaimana yang telah diatur di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pengertian UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008 adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. Dalam hal ini inovasi-inovasi sangat diperlukan dalam rangka penerapan undang-undang tersebut. Oleh karena itu pemerintah perlu berupaya semaksimal mungkin untuk bias memberdayakan para pelaku UMKM sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman. Dalam hal ini, inovasi-inovasi sangat diperlukan dalam rangka implementasi nyata undang-undang tersebut.

Data Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur mencatat bahwa jumlah UMKM yang terdata, khususnya di Kota Surabaya hingga saat ini adalah sebanyak 40.679 UMKM. Disamping itu sebenarnya masih banyak lagi pelaku UMKM yang belum terdata dalam sensus ekonomi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur. Dengan jumlah yang selalu bertambah pesat disetiap tahunnya sangat diperlukan adanya pemberdayaan yang serius dari pemerintahan Kota Surabaya agar para pelaku UMKM bisa terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman, yang dimana saat ini merupakan zamannya internet ataupun digital.

Hingga saat ini jumlah dari pengguna internet di Negara Indonesia menembus angka 212,5 juta pengguna. Hasil survey tersebut dilakukan oleh internetworldstats. Survei tersebut dilakukan pada bulan Maret 2021. Jika melihat jumlah pada pengguna internet di Indonesia, Kota Surabaya menjadi salah satu kota penyumbang pengguna internet terbanyak.

E-Commerce merupakan salah satu bentuk alternatif yang bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa pada konsumen melalui media internet. Seiring dengan bertambahnya pengguna pelayanan internet, yang disebabkan murah dan mudah, maka bisnis yang dilakukan secara digital semakin berkembang. Hal tersebut dikarenakan jual beli melalui media internet mudah untuk dijalankan, tidak memerlukan modal yang besar dan tidak harus membutuhkan sistem manajemen yang rumit untuk mengelolanya. Cukup dengan adanya foto produk dan akses internet untuk memasarkannya kedalam situs atau aplikasi jual beli, usaha sudah dapat berjalan.

Pemerintah Kota Surabaya baru saja secara resmi melaunching aplikasi Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo (E-PEKEN) Surabaya saat pembukaan event Surabaya Fashion Week (SFW) di Grand City Mall, Surabaya, Minggu (31/10/2021). Aplikasi belanja online (E-Commerce) ini, sudah bisa diakses oleh masyarakat untuk memilih produk-produk berkualitas karya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Surabaya.

E-Commerce menjadi inovasi Pemerintah Kota Surabaya dalam rangka pemberdayaan dan memfasilitasi para pelaku UMKM agar usaha mereka bisa terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Dari data yang sudah saya peroleh dan paparkan diatas, dengan ini saya mempunyai gagasan untuk dijadikan sebagai program Kuliah Kerja Nyata (KKN) individu dengan judul program "Sosialisasi Pemanfaatan Aplikasi E-Peken bagi UMKM dan Masyarakat di Wilayah RT 07 Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya."

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat mahasiswa KKN-Reguler Individu 2021 ini mengikuti prosedur yang ditetapkan oleh LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sebelum kegiatan KKN dilaksanakan, diadakan pembekalan terhadap mahasiswa dari pihak LPPM. Pembekalan dilaksanakan untuk memperjelas mekanisme pelaksanaan kegiatan KKN Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Setelah pembekalan bersama LPPM dan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), mahasiswa diminta untuk menulis proposal kegiatan yang berisikan program kerja yang akan dilakukan selama KKN berlangsung. Penyusunan program kerja dilaksanakan dengan bimbingan dari DPL secara berkelompok melalui pertemuan daring dengan Zoom Meeting.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (KKN) ini dilakukan dengan kegiatan sosialisasi aplikasi secara door to door. Dan metode pelaksanaan yang dilakukan adalah:

a. Observasi dan wawancara

Metode ini dilakukan dengan masyarakat dan para pelaku UMKM di wilayah Semolowaru RT 07 Kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya untuk melihat sejauh mana pemahaman dan pengetahuan mereka terhadap e-

commerce, terutama terhadap aplikasi E-Peken yang baru dicetuskan Pemerintah Kota Surabaya.

b. Ceramah dan diskusi

Metode ini dipilih agar penulis sebagai pembicara dapat dengan mudah menyajikan konsep penting agar dapat dipahami dan dengan mudah para pelaku UMKM dapat menguasainya. Metode ceramah melalui penyampaian presentasi dengan menggunakan buku panduan yang menampilkan gambar dan penjelasan menarik serta relatif padat, cepat, dan mudah dapat menarik perhatian peserta sehingga aktif melakukan diskusi.

c. Demonstrasi dan Praktik

Metode ini menunjukkan proses penggunaan aplikasi E-Peken sebagai media pemasaran, melalui smartphone maupun laptop yang digunakan. Dengan ini peserta juga diajak aktif melakukan secara langsung

Adapun bahan sosialisasi serta diskusi yang diajukan mengarah pada pokok analisis permasalahan yang akan diteliti yaitu tentang pemanfaatan digital marketing pada UMKM dalam aktivitas pemasaran untuk mengembangkan bisnis di era globalisasi. Bagaimana memahami pentingnya promosi sebagai sarana untuk memajukan usaha, dan termotivasi untuk terus mengikuti perkembangan teknologi dengan memanfaatkan media internet ataupun aplikasi agar dapat terus bersaing dan dapat menembus pasar yang lebih luas untuk perkembangan usahanya pada kesempatan saat ini maupun kesempatan yang akan datang dan mengenal lebih jauh tentang UMKM, juga apa saja usaha-usaha yang termasuk ke dalam sektor ini.

Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan “Sosialisasi Pemanfaatan Aplikasi E-Peken bagi UMKM dan Masyarakat di Wilayah RT 07 Kelurahan Sukolilo Kota Surabaya.” telah dilaksanakan, dimulai pada tanggal 30 Mei 2022 dan berakhir pada tanggal 10 Juni 2022. Penulis langsung menjadi narasumber sosialisasi. Sasaran kegiatan sosialisasi ini yakni para pelaku UMKM dan masyarakat yang ada di wilayah Semolowaru RT 07 Kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Penetapan sasaran ini merupakan suatu upaya dalam menyampaikan wawasan serta pemahaman kepada para pelaku usaha tentang manfaat teknologi serta kegunaan pemasaran secara digital untuk mengembangkan usaha mereka.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan terhadap para pelaku UMKM di lokasi sosialisasi didapat bahwa level penggunaan teknologi informasi para pelaku UMKM di wilayah Semolowaru RT 07 Kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya masih berada pada tahapan dasar, yaitu mengenal dan mengoperasikan. Terdapat fakta bahwa para pelaku UMKM ini belum memahami keuntungan menggunakan pemasaran secara digital dalam menjalankan usahanya. Sedangkan dalam dunia bisnis, penjualan produk termasuk faktor yang sangat penting dalam memajukan usaha.

Kegiatan UMKM memberikan dampak besar bagi kehidupan masyarakat dengan konsep kemandiriannya, serta menjadi pangkal dalam berkreasi. Derasnya perkembangan arus teknologi dan informasi, serta dengan semakin luasnya persaingan dagang saat ini

mengakibatkan meningkatnya pemahaman konsumen akan variatifnya produk-produk barang jasa yang dapat dipilih.

Kemajuan dunia bisnis pun terkena imbas dengan kemajuan teknologi dunia digital. Kecenderungan pemasaran di dunia beralih dari bertemu secara langsung berubah menjadi secara online. Pada hakekatnya konsep pemasaran digital marketing ini bukanlah sepenuhnya hadir untuk menggantikan konsep pemasaran konvensional yang ada, melainkan keduanya muncul untuk saling mengisi peran satu sama lain.

Pada era teknologi digital sekarang ini, memasarkan bisnis dengan menggunakan internet merupakan sesuatu yang dianggap mutlak dalam dunia globalisasi, yakni pemasaran melalui website, media sosial, maupun aplikasi yang selain mudah digunakan, efisien, juga biayanya yang tergolong murah. Karena, dengan kemudahan yang tersedia pada platform tersebut, promosi dapat dilakukan secara gratis dan efisien, tentu saja aktor-aktor dalam usaha mikro ini mulai mendapatkan instrumen penting dalam memajukan serta pengembangan usahanya.

Secara global berkembangnya teknologi informasi memberikan dampak yang besar pula kepada perkembangan UMKM. Dalam sosialisasi ini, penulis memberikan pemaparan mengenai pentingnya peran digital marketing bagi perkembangan bisnis saat ini. Dengan konsep digital marketing bentuk promosi yang diimplementasikan tidak saja lagi bersifat strategi satu arah, namun telah menjadi hubungan dua arah.

Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, penggunaan informasi teknologi komunikasi akan memberikan beberapa keuntungan, baik potongan harga, kemudahan pencarian produk, efisien dan sebagainya, persaingan antar pelaku usaha yang membuat pasar semakin berkembang serta produk yang semakin bervariasi.

Akan tetapi, faktanya masih banyak dari para pelaku usaha mikro ini menutup diri untuk berkembang. Mereka tetap melakukan pemasaran secara konvensional, yaitu hanya menjual produknya kepada para konsumen yang ada di sekitar wilayah usahanya. Dengan berkembangnya teknologi informasi saat ini hendaknya para pelaku UMKM harus mengedepankan inovasi dan pembaharuan agar usahanya semakin berkembang dan dapat bersaing secara luas.

Pemasaran yang dilakukan secara digital merupakan istilah terhadap semua usaha penjualan yang dilakukan dengan sistem online. Berbisnis dengan memanfaatkan akses internet secara digital melalui media sosial, situs website dan aplikasi e-commerce dilakukan agar dapat terhubung dengan pelanggan dengan lebih cepat dan mudah.

Kurangnya pengetahuan peserta sosialisasi terhadap strategi pemasaran menggunakan internet menjadikan mereka belum memanfaatkan fitur pemasaran digital yang telah disediakan, termasuk di dalamnya penggunaan media sosial, situs website dan aplikasi e-commerce. Padahal, hal tersebut saat ini sangat besar manfaat dan perannya untuk menarik konsumen, serta memperluas jangkauan bisnisnya. Sehingga segmen usaha yang diraih pun semakin luas.

Setelah sosialisasi pemanfaatan aplikasi E-Pekan dilakukan, diharapkan para pelaku UMKM di wilayah Semolowaru RT 07 Kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya ini mampu:

- a. Memanfaatkan teknologi informasi semaksimal mungkin sehingga dapat membantu mengembangkan usahanya dan dapat bersaing secara luas dengan para pelaku usaha lain.
- b. Secara aktif memanfaatkan digital marketing baik melalui media sosial, situs website maupun aplikasi e-commerce sehingga dapat menjangkau pasar serta menarik konsumen secara lebih luas.

Kesimpulan

Para pelaku UMKM yang ada di wilayah Semolowaru RT 07 Kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya ini, masih belum mengembangkan usahanya secara luas. Masih banyak pelaku UMKM menutup diri untuk berkembang. Mereka hanya menjual produknya kepada para konsumen yang ada di sekitar wilayah usahanya.

Sosialisasi ini dilakukan untuk mengenalkan aplikasi e-commerce baru cetusan Pemerintah Kota Surabaya (E-Peken) serta memberikan pemahaman bagi para pelaku UMKM untuk lebih mengedapankan inovasi dan pembaharuan mengingat kedua faktor tersebut sangat menentukan keberhasilan dalam persaingan usaha. Keunggulan bersaing bagi pelaku UMKM sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam beradaptasi dengan zaman, yang dimanan sekarang adalah zaman teknologi digital. Dalam sosialisasi ini penulis juga memaparkan pentingnya peran digital marketing bagi perkembangan usaha. Dengan konsep digital marketing, bentuk promosi yang diimplementasikan tidak lagi berupa program satu arah yang dilakukan penjual untuk konsumen, namun sudah menjadi interaksi dua arah.

Optimalisasi penggunaan digital marketing pada UMKM khususnya aplikasi e-commerce perlu dilakukan mengingat manfaat positif yang diperoleh para pelaku UMKM demi memajukan usahanya. Para pelaku UMKM di seluruh penjuru Kota Surabaya, khususnya di wilayah Semolowaru RT 07 Kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya hendaknya sering diberikan sosialisasi ataupun pengenalan terhadap perkembangan teknologi digital, serta dorongan dari pihak terkait, baik itu dari pemerintah ataupun pihak akademisi, untuk membantu pelaku UMKM agar bisa bertahan dan lebih banyak meraih pendapatan dari hasil produksi yang mereka buat agar bisa menggerakkan roda perekonomiannya dengan pencapaian yang lebih maksimal untuk menaikkan taraf kehidupannya.

Kegiatan serupa dapat dilakukan kembali dengan khalayak sasaran yang lebih luas, mengingat banyaknya pelaku UMKM di Kota Surabaya masih banyak yang belum memahami penggunaan dan manfaat digital marketing terhadap perkembangan usahanya, sehingga usaha mereka menjadi jalan di tempat. Diharapkan Pemerintah Kota Surabaya tidak hanya sekedar membuat wadah aplikasi e-commerce (E-Peken) saja bagi UMKM di Kota Surabaya, namun Pemerintah Kota Surabaya juga bersungguh-sungguh dalam hal sosialisasi dan pembinaan pemanfaatan dari aplikasi itu sendiri.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih saya ucapkan terutama kepada Bapak RT 07 Kecamatan Sukolilo atas diberikan izin untuk KKN Individu 2022 dan juga kepada seluruh UMKM yang ada di wilayah Semolowaru RT 07.

Daftar Pustaka

- Alwendi. (2020). *Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 318-324.
- Arianto, B. (2020). *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 239-244.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN*. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 62-76.
- Gumilang, R. R. (2019). *Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9-14.
- Narulita, L. F. (2018). *Pengaruh Proses Stemming Pada Kinerja Analisa Sentimen Pada Review Buku*. *JHP17: Jurnal Hasil Penelitian*, 3(01).
- Palupi, D. (2021). *Strategi Pemasaran Digital Bagi UMKM di Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya*. *Jurnal Leecom*, 63-68.