PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN DAYA JUAL UMKM LOKAL DESA KARANGDIYENG KECAMATAN KUTOREJO KABUPATEN MOJOKERTO

Ogya Aryasatya[1], Dhina Mei Wulandari[2], Sekar Eda Kartika[3], Ahmad Ramadhani[4], Syaifulloh alfaruq[5], Mirza Akbar A[6], Teddy Syahril Akbar[6]

Universitas 17 Agustus 1945 (Manageemnt, Ekonomi pembangunan, ilmu komunikasi)

Zida Wahyuddin

Universitas 17 Agustus 1945 (Sastra Jepang/ Fakultas Ilmu Budaya) Email: Zida@untag-sby.ac.id

Abstrak. Pemanfaatan E-Commerce telah menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan daya jual usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di berbagai daerah. Di Desa Karangdiyeng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto, UMKM lokal memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang. Namun, masih terdapat tantangan dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya jual mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan E-Commerce dalam konteks Desa Karangdiyeng untuk meningkatkan daya jual UMKM lokal. Studi ini menggunakan metode survei dan wawancara terhadap pemilik UMKM lokal yang telah menggunakan E-Commerce sebagai platform penjualan mereka. Data juga dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap platform E Commerce yang digunakan oleh UMKM lokal, serta melalui analisis data sekunder seperti data penjualan dan data transaksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan E-Commerce memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya jual UMKM lokal di Desa Karangdiyeng. Dengan menggunakan platform E-Commerce, UMKM lokal dapat memperluas jangkauan pasar mereka hingga ke wilayah yang lebih luas, serta menjangkau pelanggan potensial di luar Kabupaten Mojokerto. Hal ini berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis UMKM

Kata kunci: E-Commerce; UMKM lokal; Daya jual, Desa Karangdiyeng, Kabupaten Mojokerto

PENDAHULUAN

Universitas 17 Agustus 1945 sebagai perguruan tinggi memiliki tugas dan fungsi melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa adalah dalam bentuk kegiatan pembelajaran lapangan yang diharapkan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada di masyarakat, mengembangkan potensi dan mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh masyarakat setempat. Kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa, memberikan pembelajaran bagi mahasiswa dalam berinteraksi dengan masyarakat. Desa Karangdiyeng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur merupakan lokasi yang ditunjuk sebagai wilayah pengabdian reguler mahasiswa kegiatan pengabdian Kelompok 31.

Di Desa Karangdiyeng Ditemukan Minimnya Pemahaman Teknologi Secara Digital. Dari Permasalahan Yang Ditemui, Penulis Melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kegiatan pengabdian Dengan Melakukan Program Kerja Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Jual Umkm Lokal. Program Kerja Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Jual Umkm Lokal Di Desa Karangdiyeng Ialah Cara Untuk Meningkatkan pemahaman Dan penjualan Di pemasaran digital.

UMKM adalah suatu usaha mikro kecil menengah yang selalu ada diberbagai daerah, sehingga UMKM merupakan aktivitas usaha kecil jual beli berbagai usaha yang dipasarkan. Pelaku UMKM saat ini harus mampu bersaing dipasar nasional maupun internasional agar UMKM di era sekarang tidak tertinggal oleh para pesaing lainnya. Oleh sebab itu para pelaku UMKM membutuhkan panduan serta teknologi yang tepat guna membantu untuk mendorong suatu perekonomian. Digital Marketing ialah yang cocok untuk membantu para pelaku usaha UMKM diikarenakan kemampuan baru oleh konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi modern di era serba digital jaman sekarang. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, khususnya di daerah pedesaan seperti Desa Karangdiyeng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto. UMKM lokal di desa tersebut menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, UMKM lokal sering menghadapi tantangan dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya jual mereka.

Di era digital saat ini, teknologi informasi dan internet telah membuka peluang baru bagi UMKM lokal untuk mengatasi tantangan tersebut. Salah satu solusi yang muncul adalah pemanfaatan E-Commerce atau perdagangan elektronik. E-Commerce memberikan platform online yang memungkinkan UMKM lokal untuk menjual produk atau jasa mereka melalui internet, mencapai pasar yang lebih luas, dan meningkatkan daya jual mereka. Dalam konteks Desa Karangdiyeng, pemanfaatan E-Commerce dapat menjadi faktor penting dalam mengembangkan UMKM lokal dan menggerakkan perekonomian desa. Namun, masih perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam untuk menganalisis secara lebih rinci bagaimana pemanfaatan E-Commerce dapat meningkatkan daya jual UMKM lokal di desa tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pemanfaatan E-Commerce dalam meningkatkan daya jual UMKM lokal di Desa Karangdiyeng, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto. Penelitian ini akan melibatkan wawancara dengan pemilik UMKM lokal yang telah menggunakan E-Commerce sebagai platform penjualan, serta pengumpulan data dari platform E Commerce yang mereka gunakan. Data penjualan, data pengunjung website, dan data transaksi akan

dianalisis untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang dampak pemanfaatan E Commerce terhadap daya jual UMKM lokal.

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi yang berguna bagi pemilik UMKM lokal, pemerintah daerah, dan pihak terkait lainnya dalam memanfaatkan E Commerce sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan daya jual UMKM lokal di Desa Karangdiyeng. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemasaran UMKM lokal melalui E-Commerce di daerah lain dengan karakteristik serupa.

Dengan memperkuat daya jual UMKM lokal melalui pemanfaatan E-Commerce, diharapkan Desa Karangdiyeng dapat mengalami pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta pemberdayaan UMKM lokal sebagai motor penggerak ekonomi desa.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan kegiatan progran kerja yang kami laksanakan pada tanggal 07 Juli 2023. Yang dimulai pukul 18:00 sampai dengan 20:00

Pembuatan akun shopee Pelaksanaan, kegiatan ini berlangsung pada tanggal 07 Juli 2023 dimulai dengan pengisian data tamu/peserta, mensosialisasikan materi Pembuatan akun shopee dalam bentuk PPT.

Penggunaan akun e-commerce Edukasi Tentang Cara Penggunaan akun e-commerce, Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 07 Juli 2023 setelah kegiatan pengenalan tentang Pembuatan akun shopee. Kegiatan ini dilakukan dengan mensosialisasikan materi dalam bentuk PPT tentang cara Penggunaan akun e-commerce dengan baik dan tepat.

Pelatihan strategi pemasaran produk digital umkm, Kegiatan ini dilakukan setelah kegiatan Penggunaan akun e-commerce padal tanggal 07 Juli 2023 yaitu dengan menjelaskan tentang tata cara Pelatihan strategi pemasaran produk digital umkm.

Pelatihan foto produk Umkm, Setelah kegiatan Pelatihan strategi pemasaran produk digital umkm, kemudian dilakukannya kegiatan Pelatihan foto produk Umkm secara langsung agar pelaku Umkm dapat melihat secara jelas dan mengerti pembuatan foto produk yang baik dan menarik perhatian pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan umkm

Pelatihan kemasan produk Umkm, Setelah kegiatan Pelatihan foto produk Umkm, kemudian dilakukannya kegiatan agar pelaku Umkm mengerti pengemasan produk yang baik sehingga produk yang dikirimkan tetap aman. Pelatihan buku warung Pelatihan titik Google maps.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagan 1.1 Program Kerja Ekonomi Kreatif Bersama UMKM Keripik Pisang

Gambar 2.2 Program Kerja Ekonomi Kreatif Bersama Pelaku UMKM Tali Tampar

Program pengabdian " Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Jual UMKM Lokal Desa Karangdiyeng " di Desa Karangdiyeng oleh Universitas 17 Agustus 1945 telah mencapai hasil yang signifikan dalam Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Jual UMKM Lokal Desa Karangdiyeng. Melalui Pelatihan dan edukasi yang intensif, program ini berhasil mememperluas pemasaran dan meningkatkan penjualan produk Umkm. Masyarakat Desa Karangdiyeng kini lebih luas pemasaran sevara digital, dapat meningkatkan penjualan produk Umkm dan memperbaiki pembukuan buku penjualan.

Bagan 1.3 Pembuatan Akun E-Commerce

Selanjutnya, program ini Memperluas Jangkauan Pasar: Pemanfaatan E-Commerce memungkinkan UMKM lokal di Desa Karangdiyeng untuk menjangkau konsumen di berbagai daerah, bahkan di luar Kabupaten Mojokerto. Hal ini membantu UMKM lokal untuk memperluas pasar dan meningkatkan potensi penjualan mereka.

Gambar 1.4 Pelatihan Penggunaan E-Commerce

Gambar 1.5 Pelatihan Strategi Pemasaran Digital

Gambar 1.6 Pelatihan Foto Produk

Adapun susunan acara yang kami lakukan yaitu sebagai berikut :

Pembuatan Akun E-Commerce pada UMKM Menggunakan Aplikasi Digital Di Desa Karangdiyeng : Pada era digital yang seperti sekarang E-Commerce menjadi tempat pemasaran yang sangat baik utamanya bagi pelaku UMKM. Di Desa Karangsiyeng sendiri pengetahuan tentang E-Commerce bisa dibilang cukup kurang oleh karna itu kami dari bidang Ekonomi Kreatif ingin membuat program kerja Pembuatan Akun E-Commerce dengan salah satu kegiatannya yaitu Pembuatan akun E-Commerce di aplikasi digital. Kegiatan ini sangat penting untuk diketahui warga desa karna ini adalah hal paling basic yang harus diketahui sebelum membuat akun E-Commerce oleh karna itu kegiatan ini menjadi komponen yang cukup penting pada program kerja kali ini. Indicator keberhasilan yang dicapai adalah : warga desa dapat menambah pengetahuan tentang dunia digital sebagai media untuk jual beli produk yang lebih luas, dan antusias warga sangat baik karna tentunya program kerja ini dapat membawa dampak positif pada warga desa Karangdiyeng khususnya bagi Pelaku UMKM. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah : kegiatan ini berjalan dengan cukup baik, bisa dinilai dari antusias warga Desa Karangdiyeng khususnya pelaku UMKM di Desa Karangdiyeng. Dimana proker ini membawa dampak yang cukup signifikan yaitu pelaku UMKM bisa memiliki ranah yang luas untuk memasarkan produk mereka.

Pelatihan Penggunaan E-Commerce Shopee Sebagai Media Jual Beli Pada UMKM Di Desa Karangdiyeng : Dunia digital menjadi hal yang sangat penting pada masa masa saat ini. Pada kegiatan berdagang sudah sangat banyak pelaku UMKM yang menjadikan platform digital sebagai media untuk memasarkan produk mereka. Penggunaan E-Commerce menjadi hal yang penting dalam kegiatan berdagang di era digital, oleh karna itu hal ini harus sangat dikuasai oleh para pelaku UMKM agar mereka bisa mengerti bagaimana cara penggunaan media digital sebagai platform untuk berdagang. Indicator keberhasilan : para pelaku UMKM mengerti dengan baik cara pengoperasian E-Commerce bisa dilihat dari antusias warga desa yang sangat aktif pada saat kami menjalankan kegiatan ini. Kesimpulan : warga desa Karangdiyeng sangat mengapresiasi kegiatan ini karna kegiatan ini merupakan hal yang sangat penting dalam penggunaan media digital sebagai platform untuk berdagang.

Pelatihan Strategi Pemasaran Digital UMKM Di Desa Karangdiyeng: Strategi pemasaran merupakan hal dasar yang harus dikuasai seorang pelaku UMKM sebelum mereka menjalankan suatu usaha. Karna sebelum mereka memasarkan produk mereka harus mengetahui strategi pemasaran mereka kemana, sehingga mereka bisa mengetahui kemana mereka harus memasarkan produk mereka. Kegiatan ini membuat menambah wawasan mereka yang dapat membawa dampak positif dalam usaha mereka yaitu mengetahui target

pemasaran mereka. Indikator keberhasilan : dari beberapa UMKM yang kami kunjungi sangat tertarik mengikuti kegiatan kami karna dengan mengkuti kegiatan ini mereka jadi mengetahui lebih spesifik kemana produk mereka harus dipasarkan. Kesimpulan : kegiatan ini berjalan dengan cukup lancer karna masyarakat sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini dan mereka merasa diuntungkan dengan adanya kegiatan ini.

Pelatihan Foto Produk UMKM Di Desa Karangdiyeng : Foto menjadi salah satu daya tarik konsumen agar tertarik untuk membeli suatu produk. Pengambilan foto dengan angle yang sesuai dapat membuat suatu barang menjadi lebih menarik sehingga orang jadi lebih tertarik untuk membeli suatu barang tersebut. Pelatihan foto produk UMKM yang dilakukan oleh Kelompok R-31 di Desa Karangdiyeng ini dilakukan agar produk UMKM yang dihasilkan oleh pelaku UMKM di Desa Karangdiyeng ini lebih diminati oleh konsumen. Kami sudah melakukan foto produk di beberapa pelaku UMKM di Desa Karangdiyeng dan partisipasi masyarakat sangatlah baik karna ini sangat menguntungkan mereka. Indikator keberhasilan : Para pelaku UMKM mengerti berbagai angle yang bagus untuk memfoto profuk mereka karna itu menjadi salah satu factor yang cukup berpengaruh dalam menraik konsumen agar membeli produk mereka. Kesimpulan masyarakat Desa Karangdiyeng khususnya para pelaku UMKM sangat membutuhkan adanya kegiatan ini karna mereka sebelumnya belum mengerti kalau pengaruh angle dalam pengambila foto sangatlah penting sehingga mereka sangat tertarik untuk mengikuti kegiatan ini dan para pelaku UMKM menjadi mengerti dan bisa mempraktekan cara pengambilan angle untuk foto profuk mereka.

Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM: Desain produk saat ini juga menjadi salah satu factor yang dapat mempengaruhi apakah produk tersebut bisa diminati konsumen atau tidak. Pada saat kami melaksanakan kegiatan pengabdian di Desa Karangdiyeng pengetahuan masyarakat tentang desain kemasan sangatlah minim. Maka dari itu kami melakukan pelatihan ini agar pelaku UMKM bisa mngembangkan kreativitas mereka dan mereka juga jadi mengerti kalau desain kemasan cukup berpengaruh dalam pemasran suatu produk. Indicator keberhasilan : warga sangat antusias dalam kegiatan ini, kegiatan ini menjadi ajang untuk melatioh kreativitas mereka dalam mendesain kemasan produk mereka. Kesimpulan : kegiatan ini menjadi salah satu kegiatan yang cukup diminati warga Desa Karangdiyeng khususnya bagi pelaku UMKM karna bagi mereka kegiatan ini sangat membantu mereka dalam meningkatkan penjualan mereka.

Gambar 1.7 Menjelaskan tentang Aplikasi Buku Warung

Pelatihan Aplikasi Buku Warung Pada UMKM di Desa Karangdiyeng: Aplikasi yang dipergunakan dalam program ini yaitu Buku Warung. Aplikasi tersebut termasuk aplikasi yang banyak penggunanya karena fiturnya yang mudah diaplikasikan bagi para penggunanya. Aplikasi ini diharapkan dapat mempermudah pelaku UMKM di Desa Karangdiyeng dalam mengelola manajemen keuangan secara digital tanpa menggunakan pembukuan konvensional. Aplikasi tersebut juga mudah didapatkan hanya meng-present melalui playstore bagi pengguna android. Pencatatan keuangan menggunakan aplikasi ini juga dapat mengurangi kerepotan pelaku usaha yang biasa mencatat pembukuan keuangannya secara manual menggunakan buku dan pulpen, dengan aplikasi masyarakat hanya perlu menggunakan handphone dalam kegiatan pencatatan tersebut. Aplikasi ini sangat membantu dalam kegiatan usaha yang dilakukan para pelaku UMKM di Desa Karangdiyeng yang mengalami kesulitan pemahaman teknologi. Kesimpulan : Warga desa khusunya pelaku UMKM bisa mengaplikasikan aplikasi digital Buku Warung kepada UMKM di Desa Karangdiyeng . Pelatihan aplikasi buku warung bertujuan untuk memudahkan pelaku umkm dalam mengelola keuangan secara digital tanpa menggunakan pembukuan konvensional.

Pelatihan dan Pembuatan Titik UMKM di Aplikasi Google Maps: Kegiatan ini merupakan kegiatan terakhir dalam program kerja ini. Kegiatan ini bertujuan agar konsumen mengetahui lokasi pembuatan produk yang ada di Desa Karangdiyeng. Dengan adanya pembuatan titik di google maps memungkinkan konsumen bisa dating ke tempat produksi dan memesan lebih banyak produk UMKM Desa Karangdiyeng. Tkegiatan ini sebelumnya belum terpikirkan oleh pelaku UMKM yang ada di Desa Karangdiyeng. Selain dapat menjadi factor dalam meningkatkan penjualan UMKM di Desa Karangdiyeng, kegiatan ini juga bertujuan agar wawasan warga desa mengenai era digital bertambah, sehingga produk yang mereka pasarkan tidak kalah saing dengan produk produk yang dibuat oleh pelaku UMKM lain. Indikator keberhasilan : pelaku UMKM bisa menambah platform sebagai media pemasaran mereka di media google maps sehingga pemasaran mereka bisa meningkat. Kegiatan ini sangat dinantikan oleh warga desa karna sebelumnya tidak terpikirkan oleh mereka sehingga masyarakat sangat antusias mengikuti kegiatan ini. Kesimpulan : warga desa khusunya pelaku UMKM bisa menambah wawasan mereka dan bisa mengoperasikan tata cara pembuatan titik google maps agar banyak konsumen yang mengetahui lokasi pembuatan produk mereka.

SIMPULAN

Setelah program kerja ini berjalan dapat kami simpulkan bahwa program kerja ini berjalan dengan lancer dan dapat diterima dengan baik oleh warga Desa Karangdiyeng. Sesuai dengan apa yang kami harapkan untuk menambah wawasan warga desa mengenai dunia digital dan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM di Desa Karangdiyeng. Mereka menjadi lebih paham bahwa dunia digital sangat berpengaruh dalam pemasaran produk mereka. Kami juga berharap warga desa Karangdiyeng bisa mengembangkan lebih lagi usaha mereka di dunia digital sehingga produk UMKM Desa Karangdiyeng bisa lebih dikenal warga Indonesia apalagi sampai manca negara.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat, tauhid dan HidayahNya kami dapat menyelesaikan artikel tentang "Pemanfaatan Lahan Sempit melalui Budidaya Tanaman Hidroponik". Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. – Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
2. Harjo Seputro, ST., MT. – Selaku Wakil Rektor I Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Aris Heri Andriawan, ST., MT. – Selaku Ketua LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Zida Wahyuddin, S.Pd., M.Si. – Selaku Dosen Pembimbing Lapangan pengabdian

R31 5. Sulaiman Affandi, S.Ti – Selaku Kepala Desa Karangdiyeng

6. Rita Wahyuni – Selaku Ketua TP PKK Desa Karangdiyeng
7. Dan pihak-pihak yang sudah membantu dan menjadi sumber informasi selama pengerjaan Artikel Ilmiah sehingga kami dapat menyelesaikan Artikel Ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Boyd, H. W. (2000). Manajemen Pemasaran "suatu pendekatan strategis dengan orientasi global." Erlangga.

[2] Cummins, J. (1991). Promosi Penjualan. Binarupa Aksara.

[3] Kannan, P. K., & Li, H. "Alice." (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. International Journal of Research in Marketing, 34(1), 22–45. https://doi.org/10.1016/j. ijresmar.2016.11.006

[4] Kotler, P. (2014). Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Prentice Hall.

[5] Kurnia, S., Choudrie, J., Mahbubur, R. M., & Alzougool, B. (2015). E-commerce technology adoption: A Malaysian grocery SME retail sector study. Journal of Business Research, 68(9), 1906–1918. https://doi. org/10.1016/j.jbusres.2014.12.010

[6] Nurpratama, M. (2020). Penerapan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah (Umkm) Di Kelurahan Karangmalang Indramayu. Jurnal Investasi, 6(2).

[7] Prameswari, N. S., Suharto, M., & Afatara, N. (2017). Developing E-Commerce for Micro Small Medium Enterprise (MSME) to Cope with Cultural Transformation of Online Shopping. Jurnal Dinamika Manajemen, 8(2), 188–198. https://doi. org/10.15294/jdm.v8i2.12759

[8] Santoso, R. (2020). Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E Commerce During Pandemic Covid19 In Indonesia. Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan, 5(2), 36–48.

[9] Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi, 19(1), 76–86. https://doi.org/10.32639/ fokusbisnis.v19i1.575

[10] Supriyono. (2020). Media Sosial Sebagai Alat Promosi Yang Efektif Bagi Usaha Rintisan di Era Normal Baru. Prosiding Seminar Stiami, 21(1), 1–9. https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607%0Ahttps://doi. org/10.1016/j.ijsu.2020.02.034%0Ahttps:// onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/ cjag.12228%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104773%0Ahttps://doi. org/10.1016/j.jinf.2020.04.011%0Ahttps:// doi.o