

PEMBERDAYAAN UMKM – PEMBUATAN AKUN DAN PELATIHAN E-COMMERCE

Elisya Wahyuningtiyas

Ilmu Komunikasi (Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Email: elisyawahyu7@gmail.com

Fakhrur Rozi

Teknik Industri (Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Email: fkhrrrozii@gmail.com

Rivan Duta

Manajemen (Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Email: rivanduta@gmail.com

Abstract

Community Service Program on Empowering MSMEs - Creating E-commerce Accounts and Training on E-commerce. The purpose of this program is to empower MSMEs in the local area through the utilization of digital technology, specifically e-commerce. The main activities of this program involve assisting MSMEs in creating e-commerce accounts on popular marketplaces such as Shopee, Tokopedia, Bukalapak, etc. Additionally, the program aims to train MSMEs to independently manage their e-commerce accounts. The training is conducted in stages, starting from the basics of using e-commerce marketplaces, product uploading techniques, to effective promotion strategies. The participants of the training are local MSMEs in Dilem Village who have traditionally conducted their businesses. The goal is that after completing this program, MSMEs in Dilem Village can transition to the digital realm and market their products not only conventionally but also through online marketplaces, reaching a broader audience. The expected impacts of this program include an increase in sales turnover for MSMEs at the national and even international levels, leading to an improvement in the well-being of the MSMEs operators themselves. It is believed that the empowerment of SMEs through the utilization of e-commerce can stimulate economic growth in Dilem Village and enhance the self-sufficiency of MSMEs operators in managing their businesses.

Keywords: **MSMEs, e-commerce, marketplace, training**

Abstrak.

Program pengabdian masyarakat tentang pemberdayaan umkm-pembuatan akun dan pelatihan e-commerce bertujuan memberdayakan UMKM di daerah setempat melalui pemanfaatan teknologi digital khususnya e-commerce. Kegiatan utama program ini adalah membantu UMKM membuat akun e-commerce di marketplace populer seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dll. Selain itu, program ini juga melatih UMKM agar mampu mengelola sendiri aku e-commercencnya. Pelatihan dilakukan secara bertahap mulai dari dasar-dasar penggunaan marketplace e-commerce, cara upload produk, hingga strategi promosi yang efektif. Peserta pelatihan yaitu para pelaku UMKM Desa Dilem yang selama ini menjalankan usaha secara konvensional. Harapan setelah mengikuti program ini, UMKM Desa Dilem dapat go digital dan memasarkan produknya tidak hanya secara konvensional tapi juga memanfaatkan marketplace online untuk memasarkan produknya lebih luas. Dampak yang diharapkan dari program ini antara lain peningkatan omzet penjualan UMKM ke ranah nasional bahkan internasional hingga peningkatan kesejahteraan pelaku UMKM itu sendiri. Program pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan e-commerce ini diyakini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Desa Dilem seerta meningkatkan kemandirian pelaku UMKM dalam mengelola usahanya.

Kata Kunci: UMKM, e-commerce, marketplace, pelatihan

PENDAHULUAN

Pemberdayaan UMKM merupakan hal yang penting untuk memastikan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Salah satu cara untuk memberdayakan UMKM yaitu dengan membantu mereka beralih ke platform e-commerce untuk meningkatkan keterlihatan dan akses pasar produk mereka. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha kecil namun dapat memberikan efek yang besar bagi perekonomian di Indonesia (*Istanti, 2021*). UMKM sering kali tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk memanfaatkan sepenuhnya saluran online. Kegiatan usaha dimulai berdekatan dengan rentang waktu awal mula berlakunya pembatasan sosial skala besar atau PSBB pada bulan Maret tahun 2020, sehingga kegiatan usaha tidak berjalan dengan maksimal dan ditambah dengan kurangnya bentuk pemasaran terkait usaha dari mitra yang membuat keadaan usaha tidak kian membaik (*Wijaya, 2020*).

Membantu UMKM mendaftarkan akun e-commerce dapat memberi mereka kesempatan untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Banyak UMKM masih ragu untuk beralih ke platform online karena kurangnya pemahaman tentang cara kerjanya. Oleh sebab itu, pelatihan tentang bagaimana membuat profil toko, mengunggah produk, melakukan promosi, dan memproses pesanan secara daring sangat dibutuhkan. Hal ini dapat membantu UMKM dalam mengatasi tantangan dalam beralih e-commerce. Terdapat banyak dampak yang positif dan kemudahan yang didapatkan dari e-commerce, baik produsen, konsumen ataupun masyarakat secara umum (*Bashir, 2020*).

Dengan akun e-commerce, UMKM dapat memamerkan dan menjual produknya kepada lebih banyak pelanggan potensial. Hal ini bertujuan untuk mengikuti kemajuan teknologi yang semakin canggih (*Suartini, 2023*). Mereka tidak lagi terbatas penjualan offline di pasar tradisional atau melalui pesanan manual. E-commerce memberi mereka kesempatan untuk bersaing di pasar nasional bahkan global. Produk lokal seperti kerajinan, makanan, minuman, dan fashion dapat dipasarkan keseluruh dunia melalui platform daring seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lainnya. Namun, masih banyak UMKM di Indonesia yang masih belum memanfaatkan potensi e-commerce ini. beberapa kendala yang menghambat UMKM untuk hadir secara digital antara lain minimnya pemahaman teknologi, keterampilan dan sumber daya manusia, serta permodalan. Oleh sebab itu, upaya pemberdayaan seperti pelatihan dan pendanaan sangat dibutuhkan.

Dengan akses e-commerce, UMKM dapat meningkatkan skala usaha, menciptakan lapangan kerja, dan berkontribusi optimal pada pertumbuhan ekonomi. Melalui digitalisasi, produk UMKM

yang selama ini hanya beredar lokal dapat dikenal masyarakat luas dan menembus pasar global. Pemberdayaan UMKM melalui e-commerce dapat mempercepat transformasi ekonomi Indonesia menuju revolusi industri 4.0.

Desa Dilem merupakan salah satu desa yang terletak di Kota Mojokerto, Jawa Timur. Desa Dilem memiliki potensi untuk menjadi desa yang maju dan berkembang, serta bersaing dengan desa-desa lainnya karena sebagian masyarakatnya pembuat aneka macam keripik. UMKM di Desa Dilem telah mengadopsi penggunaan akses internet dan media sosial, seperti WhatsApp dan Facebook, sebagai sarana untuk memasarkan dan menjual produk mereka. Selain berjualan secara online, mereka juga masih aktif dalam penjualan langsung melalui toko-toko lokal dan bazar. Meskipun demikian, dalam aspek perluasan pemasaran online, perkembangan mereka masih terbatas, hanya mengandalkan dua jenis media sosial dan kurangnya konten menarik untuk menarik perhatian calon konsumen. Oleh karena itu, mahasiswa bertujuan untuk menyajikan solusi terhadap kendala tersebut dan membantu UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri (*Suartini, 2023*) dengan melibatkan perluasan pemasaran online melalui berbagai media sosial yang ada saat ini, termasuk memanfaatkan platform seperti Shopee. Hasil survei pertama di Desa Dilem, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto ditemukan sebuah masalah di lokasi kegiatan UMKM dalam melakukan pemasaran online. Para UMKM hanya memanfaatkan Whatsapp dan Facebook, serta belum memiliki akun e-commerce Shopee, sehingga pemasarannya hanya dalam lingkup Desa Dilem dan Kecamatan Gondang. Adapun tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan konsep Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui program Pengabdian Masyarakat, khususnya dalam pengembangan potensi kewirausahaan dan penguatan ekonomi kreatif di wilayah sekitar.
2. Menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat terkait perkembangan potensi kewirausahaan dan ekonomi kreatif, dengan harapan mahasiswa dapat memberikan kontribusi nyata.
3. Berbagi ilmu yang didapatkan selama masa pendidikan di perguruan tinggi, sehingga dapat memberikan manfaat kepada masyarakat setempat.
4. Mengembangkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) di masyarakat, sehingga dapat mendukung pengembangan usaha lokal.

5. Memberikan pengalaman praktis dalam bidang kewirausahaan dan ekonomi kreatif kepada mahasiswa, sebagai bagian dari persiapan mereka sebagai generasi yang peduli sosial.
6. Memberikan bentuk pendampingan kepada para UMKM terkait e-commerce Shopee, dengan tujuan untuk membantu mereka memperluas jangkauan penjualan produk melalui platform tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan Pertama yang dilakukan pada kegiatan ini adalah Identifikasi masalah. Kelompok kami melakukan survei dan wawancara langsung terhadap UMKM yang ada di Desa Dilem. Tahapan kedua adalah Gagasan, dimana kelompok kami memberikan usulan perbaikan untuk menyelesaikan masalah yang ada. Pada UMKM Desa Dilem pemasarannya hanya terbatas pada ruang lingkup desa dan Kecamatan. Tahapan ketiga adalah pelaksanaan yang dibagi menjadi 2, yaitu sosialisasi dan pendampingan. Pada tahapan ini kami melakukan pelatihan dan pembuatan e-commerce guna menunjang pemasaran agar ruang lingkup lebih luas. Tahapan akhirnya adalah pembuatan laporan dari hasil proker kelompok kami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pembuatan akun dan penjualan di e-commerce telah dilaksanakan pada tanggal 19 Januari 2024 di Desa Dilem, Mojokerto. Pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan dan meningkatkan kapasitas digital UMKM dalam memasarkan produknya secara online. Materi utama yang disampaikan dalam pelatihan adalah cara membuat akun di marketplace seperti Shopee. Selain itu peserta juga dibekali strategi pemasaran produk secara online, teknik fotografi produk, hingga keterampilan memberikan layanan purna jual yang baik kepada konsumen.

Metode pelatihan yang digunakan adalah praktik langsung di HP masing-masing peserta untuk membuat akun e-commerce dan mengelolanya. Setelah mengikuti pelatihan ini, seluruh peserta kini telah memiliki minimal 1 akun e-commerce aktif untuk memasarkan produk UMKM mereka. Dari hasil wawancara, seluruh peserta menilai pelatihan ini sangat bermanfaat untuk membekali mereka mulai merambah pemasaran produk secara digital. Mereka merasa lebih percaya diri dan termotivasi untuk aktif memasarkan produknya secara online setelah mengikuti pelatihan.

Sebagian besar peserta berniat untuk terus aktif dan konsisten dalam mengelola akun e-

commerce yang sudah dibuat. Mereka berharap dengan pemanfaatan pemasaran digital ini, omzet penjualan UMKM mereka dapat meningkat hingga 2-3 kali lipat dalam 6 bulan ke depan. Dari pihak penyelenggara yaitu mahasiswa Pengabdian Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, pelatihan ini dinilai berjalan dengan lancar dan sukses memberdayakan UMKM dalam pemanfaatan e-commerce. Mereka berharap pelatihan serupa dapat digelar di desa-desa lain agar semakin banyak UMKM yang go digital.



Gambar 1.1 Pemaparan materi e-commerce

Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan pembuatan akun dan strategi penjualan e-commerce merupakan upaya konkret untuk membekali UMKM menghadapi era digital. Dalam era digital saat ini, pengembangan dan pemberdayaan UMKM berbasis platform digital online sangat penting (*Rahmawati, 2023*). Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan digital kepada pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan e-commerce dalam memasarkan produknya. Dengan memiliki akun e-commerce, UMKM dapat mengakses pasar yang jauh lebih luas, baik domestik maupun internasional. Produk-produk UMKM yang selama ini hanya dikenal ditingkat lokal, bisa dipasarkan ke pelanggan di seluruh Indonesia hingga mancanegara.

Namun, banyak UMKM yang masih gaptek dan belum paham cara berjualan online. Mereka memerlukan pelatihan dan pendampingan tentang bagaimana mendaftarkan akun, mengelola toko online, mengunggah produk, hingga memasarkannya di media sosial. Materi pelatihan dapat mencakup beberapa hal seperti memilih domain toko online, mendesain tampilan toko yang menarik, teknik fotografi produk, menulis deskripsi produk yang baik, hingga cara beriklan di Facebook dan Instagram. Pelatihan juga perlu memberi pemahaman terkait manajemen stok, pengiriman barang, berkomunikasi dengan pembeli, hingga menangani keluhan pelanggan.



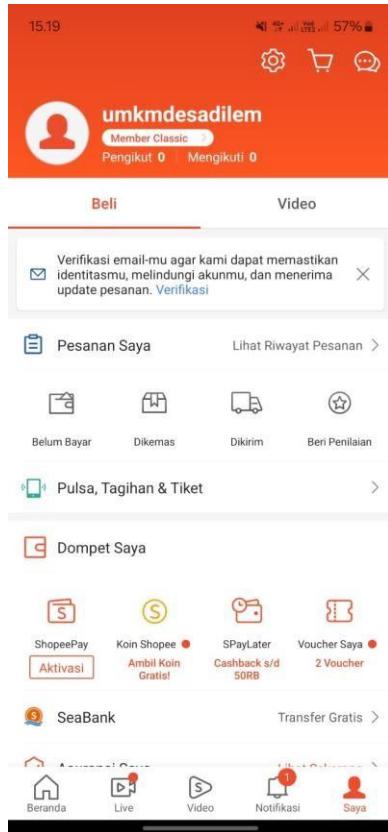
Gambar 2.1 Tanya jawab dengan pelaku UMKM Mekar Jaya

Dari Penjelasan diatas, Mahasiswa Pengabdian Masyarkat Untag Surabaya berinisiatif untuk mengenalkan digitalisasi pemasaran dan penjualan berbasis e-commerce shopee. Pada mulanya UMKM Mekar Jaya hanya menjual produk keripinya secara lokal (ruang lingkup desa) dengan menggunakan media whastapp sebagai tempat jual beli. Sesekali UMKM Mekar Jaya juga menitipkan produknya untuk dipasarkan ke desa sebelah. Dengan digitalisasi pemasaran dan penjualan dapat memperbesar ruang lingkup pemasaran serta penjualannya. Kelompok kami berkolaborasi dengan sub kelompok 8 dalam memberikan sosialisasi kepada pelaku UMKM Mekar jaya. Seminar dibentuk dengan judul “Pelatihan Komunikasi Pemasaran dan Pembuatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Branding UMKM” dengan mendatangkan pemateri dosen Untag Surabaya yang bernama Kun Muhammad Adi, S.I.Kom., M.I.Kom.



Gambar 3.1 Foto bersama pelaku UMKM Mekar Jaya

Sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 19 Januari 2024 bersama dengan mitra UMKM Mekar Jaya. Setelah dilakukan sosialisasi, perlu dilakukan pendampingan untuk pembuatan akun shopee dari UMKM Mekar Jaya. Pendampingan door to door dilaksanakan pada hari minggu di rumah warga pelaku UMKM Mekar Jaya. Pendampingan pembuatan akun dilakukan mulai dari membuat akun shopee, kemudian dilanjut membuat akun penjual serta memasukkan data-data yang diperlukan seperti alamat, nomor rekening, pihak ekspedisi dipakai, metode pembayaran, dll.



Gambar 4.1 Hasil pelatihan berhasil membuat akun Shopee

Apabila akun penjual sudah terbuat selanjutnya dilakukan penguploadan produk disertai dengan deskripsi. Deskripsi harus secara jelas menjelaskan produk yang dijual dan memberikan info penting seperti masa kadaluarsa produk (apabila produk adalah makanan). Selanjutnya kami memberikan pelatihan dasar dalam pengoperasian akun penjual shopee, seperti harus aktif membalas pesan dari customer dll. Kami juga memberikan pemahaman bahwa rating adalah hal yang paling penting dalam dunia digitalisasi.

Setelah akun dibuat dan pelatihan diberikan, pendampingan tetap diperlukan agar UMKM dapat mengelola toko online secara mandiri. Pihak pendamping dapat memebantu meninjau performa toko online secara mandiri. Pihak pendamping bisa membantu meninjau performa penjualan, memberi masukan untuk peningkatan kualitas produk dan layanan, hingga mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Dengan pendampingan ini, UMKM diharapkan mampu beradaptasi dan tumbuh di dunia digital.

SIMPULAN

Pemberdayaan UMKM melalui pembuatan akun dan pelatihan e-commerce di Desa Dilem memiliki dampak positif yang signifikan. Pertama-tama, inisiatif ini membuka pintu peluang baru bagi UMKM di desa tersebut. Dengan memiliki akun dan pemahaman tentang e-commerce, para pelaku usaha lokal dapat memperluas jangkauan pasar mereka melalui platform online. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk-produk desa, tetapi juga membantu UMKM mencapai pangsa pasar yang lebih luas, termasuk di tingkat nasional dan internasional.

Pembuatan akun dan pelatihan e-commerce memberikan dorongan pada pemberdayaan ekonomi lokal. UMKM yang semula hanya beroperasi secara konvensional kini dapat mengadopsi model bisnis digital yang lebih efisien dan modern. Dengan memanfaatkan teknologi e-commerce, UMKM dapat mengoptimalkan proses produksi, distribusi, dan pemasaran mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas dan pendapatan. Hal ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan taraf hidup masyarakat desa dan mengurangi tingkat ketidaksetaraan ekonomi.

Melalui pembuatan akun dan pelatihan e-commerce, Desa Dilem dapat memperkuat koneksi antar-UMKM dan membangun ekosistem bisnis yang saling mendukung. Kolaborasi antara pelaku usaha lokal dapat terjalin lebih baik melalui platform digital, memungkinkan pertukaran pengalaman, sumber daya, dan peluang bisnis. Dengan demikian, inisiatif pemberdayaan ini tidak hanya menciptakan dampak positif pada tingkat individual UMKM, tetapi juga membangun fondasi untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat komunitas. Keseluruhan, pembuatan akun dan pelatihan e-commerce di Desa Dilem dapat dianggap sebagai langkah strategis menuju pemberdayaan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang tak terhingga kami sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam program pemberdayaan UMKM di Desa Dilem melalui pembuatan akun dan pelatihan e-commerce terutama UMKM Mekar Jaya. Dengan kerjasama yang luar biasa, kami berhasil memberikan dorongan positif yang signifikan bagi para pelaku usaha lokal. Kepada seluruh tim yang terlibat dalam pelaksanaan program, terima kasih atas dedikasi dan komitmen Anda dalam menginspirasi dan membimbing UMKM Desa Dilem menuju dunia digital. Pembuatan akun dan pelatihan e-commerce tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga membuka pintu peluang baru yang tak terbatas bagi para pelaku usaha di desa

ini.

Tidak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada masyarakat Desa Dilem yang telah antusias mengikuti setiap tahap program. Kehadiran dan partisipasi aktif kalian adalah kunci kesuksesan dari upaya pemberdayaan ini. Semoga setiap langkah kecil yang diambil akan menjadi landasan untuk pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan bersama di masa depan.

Terakhir, terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan percaya pada visi pemberdayaan UMKM di Desa Dilem. Dengan kolaborasi dan dukungan yang berkelanjutan, kita bersama-sama menciptakan perubahan positif dan memberikan harapan baru bagi pengembangan ekonomi lokal. Terima kasih banyak atas kerjasama dan kontribusi berarti dari setiap individu dan lembaga yang turut serta dalam mewujudkan impian bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- **Jurnal Pengabdian Masyarakat:**
Istanti, E., & Sanusi, R. (2021). Program Pengembangan Pemasaran UMKM Di Desa Kedungrejo, Kecamatan Jabon Melalui Media Sosial. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
 - **Prosiding Patriot Mengabdi:**
Wijaya, C. (2022). PENDAMPINGAN UMKM MELALUI KEGIATAN PELATIHAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA, WEBSITE, DAN E-COMMERCE DALAM BERWIRAUSAHA. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 1(01), 210-214.
 - **Prosiding Patriot Mengabdi:**
Aryasatya, O., Wulandari, D. M., Kartika, S. E., Ramadhani, A., & Akbar, T. S. (2023). PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN DAYA JUAL UMKM LOKAL DESA KARANGDIYENG KECAMATAN KUTOREJO KABUPATEN MOJOKERTO. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 2(01), 691-700.
 - **Prosiding Patriot Mengabdi:**
Setyaningsih, E., & Ayodya, B. P. (2022). PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF PEREMPUAN DUSUN NGLARANGAN DESA MANTREN MELALUI PROGRAM PELATIHAN DAN PENGOLAHAN PRODUK SALAD BUAH DAN BISNIS RESELLER. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 1(01), 79-91.
 - **Prosiding Patriot Mengabdi:**
Rahmawati, D. Y., & Fredy, M. (2023). PERANAN NEW ECONOMY DIGITALIZATION PADA UMKM MANISAN CERME DI DUSUN BACEM, DESA BENING, MOJOKERTO. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 2(01), 132-140.
 - **Jurnal Pengabdian:**
Krisdiawan, R. A., & Yulyanto, Y. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Internet Dibidang E-Commerce Dalam Meningkatkan Jangkauan Pemasaran Produk UMKM Desa Pamulihan Kecamatan Subang. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(02), 130-134.
- Suartini, S., Sulistiyo, H., Hasanuh, N., & Sugiharti, H. (2023). Sosialisasi Peningkatan Pemberdayaan UMKM melalui Literasi Digital E Commerce pada UMKM di Desa Sindangsari Kabupaten Karawang pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 127-132.
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 34-40.
- Bashir, A., Susetyo, D., Hidayat, A., Hamira, H., & Aini, B. T. (2020). Pelatihan e-commerce pada industri rumah tangga di desa kerinjing, kabupaten organ ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1), 17-24.
- Rarnadhani, Y. C., & Subardjo, A. (2022). Pelatihan Inovasi Marketplace Bagi UMKM. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1572-1577.