

Program Pelatihan *E-Commerce* Produk Inovasi Olahan Emping Dusun Sengir Desa Kalirejo Kecamatan Kokap Kulon Progo

Tri Handoko¹ Iis Prasetyo²

Pendidikan Luar Sekolah, Universitas Negeri Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa
Yogyakarta, Indonesia^{1,2}

Email: trihandoko.2018@student.uny.ac.id¹ iis.prasetyo@uny.ac.id²

Abstrak

Dusun Sengir Desa Kalirejo, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo. Terdapat 124 Kepala Keluarga yang penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Terdapat banyak potensi alam Desa Kalirejo yaitu bambu, kayu, melinjo, rempah-rempah seperti lengkuas, jahe, kunyit dan sebagainya. Potensi masyarakat dalam pengolahan emping telah mendapat perhatian dari berbagai pihak yang mengupayakan pemberdayaan masyarakat dengan memberikan pelatihan inovasi olahan emping namun masih memiliki kekurangan dalam hal kemampuan pemasaran. Adapun tahapan dalam kegiatan ini meliputi, tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi program. Sasaran kegiatan iniyaitu pelaku usaha Rumah Payet Sulam. Peserta yang terlibat merupakan perwakilan dari mitra yang berjumlah 30 Peserta. Dari hasil pemberdayaan yang dilakukan responden berjumlah 30 orang yang secara estafet mengisi dan mengikuti berbagai kegiatan pelatihan yang telah disepakati. Untuk itu dilakukan evaluasi pada kondisi awal peserta pelatihan, kondisi selama pelatihan, kondisi akhir pelatihan. Berdasarkan kegiatan pelatihan pemasaran tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa, 1) Pelatihan pemasaran online pada produk inovasi olahan emping memiliki manfaat bagi para ibu-ibu kelompok emping; 2) Masyarakat kelompok emping membutuhkan pelatihan pemasaran online yang berkelanjutan dapat menunjang penjualan produk emping ataupun hasil bumi lainnya yang dapat diolah menjadi produk yang bernilai jual tinggi; 3) Pemasaran sederhana produk olahan emping dapat didukung dengan bekerjasama dengan para pelaku pasar dan marketing penjualan komersil agar penjualan lebih meluas. Dari berbagai proses yang telah dilaksanakan, disarankan agar masyarakat kelompok emping diberikan pelatihan pemasaran yang berkelanjutan guna mendukung perekonomian yang lebih baik Masyarakat memerlukan dukungan dari berbagai pihak seperti dinas pariwisata, UMKM, penambahan modal, dan juga *stake holder*.

Kata Kunci: *E-Commerce, Inovasi, Emping*

Abstract

Sengir Hamlet, Kalirejo Village, Kokap District, Kulon Progo Regency. There are 124 heads of families whose residents make a living as farmers. There are many natural potentials of Kalirejo Village, namely bamboo, wood, melinjo, spices such as galangal, ginger, turmeric and so on. The potential of the community in emping processing has received attention from various parties who seek community empowerment by providing training on emping processed innovations but still has shortcomings in terms of marketing capabilities. The stages in this activity include, the preparatory stage, the implementation stage, the program evaluation stage. The target of this activity is the Business Actors of Rumah Payet Sulam. The participants involved are representatives of partners totaling 30 Participants. These participants are business actors who do not understand and have not implemented online marketing in their business activities. From the results of the empowerment carried out by respondents, there were 30 people who relayed and participated in various agreed training activities. For this reason, an evaluation is carried out on the initial conditions of the trainees, the conditions during the training, the conditions of the end of the training. Based on the marketing training activities mentioned above, it can be concluded that, 1) Online marketing training on emping processed innovation products has benefits for emping group mothers; 2) The emping group community needs online marketing training that can support the sale of emping products or other produce that can be processed into products with high selling value; 3) Simple marketing of processed emping products can be supported by collaborating with market players and commercial sales marketing so that sales are more widespread. From the various processes that have been carried out, it is

recommended that the emping group community be given sustainable marketing training to support a better economy. The community needs support from various parties such as the tourism office, capital increase, and also stake holders.

Keywords: E-Commerce, Innovation, Emping



This work is licensed under a [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini dimana semua lini bidang kehidupan digantikan dengan kecanggihan teknologi. Termasuk pula kegiatan usaha yang semula dilakukan secara konvensional sekarang bergeser menjadi toko-toko online. Selain lebih menguntungkan, karena tidak memerlukan tempat usaha, jangkauan pasar lebih luas, kemudahan transaksi, tidak ada batasan waktu dan keuntungan-keuntungan lainnya, toko online juga saat ini sedang menjadi trend yang mengakibatkan beberapa usaha konvensional gulung tikar. Oleh sebab itu, masyarakat sebagai pelaku usaha dituntut untuk menguasai teknologi tersebut dan merubah strategi dalam pemasaran.

Dusun Sengir Desa Kalirejo, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo. Terdapat 124 Kepala Keluarga yang penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Terdapat banyak potensi alam Desa Kalirejo yaitu bambu, kayu, melinjo, rempah-rempah seperti lengkuas, jahe, kunyit dan sebagainya. Potensi alam yang tersedia tersebut saat ini masih diolah secara tradisional dan kurang dimanfaatkan dengan maksimal oleh masyarakat desa setempat karena pengetahuan dan keterampilan yang belum memadai. Potensi masyarakat dalam pengolahan emping telah mendapat perhatian dari berbagai pihak yang mengupayakan pemberdayaan masyarakat dengan memberikan pelatihan inovasi olahan emping namun masih memiliki kekurangan dalam hal kemampuan pemasaran.

Adapun tujuan program ini sebagai upaya pendampingan masyarakat dalam menemukan strategi pemasaran secara efektif dan tepat dalam meningkatkan penjualan olahan emping untuk mendukung kesejahteraan hidup masyarakat. Adapun tujuan khusus pelaksanaan kegiatan pemberdayaan ini memiliki yaitu: mendampingi masyarakat untuk cermat dalam menggali potensi pemasaran tepat yang ada di daerah tempat tinggal sebagai modal utama meningkatkan penjualan produk olahan memberikan pelatihan dasar tentang pemasaran secara online kepada masyarakat untuk memanfaatkan teknologi yang ada untuk mendukung pemasaran produk olahan emping. Memberikan pelatihan dan pemahaman kepada kelompok usaha emping untuk memanfaatkan toko online sebagai media pemasaran olahan emping Dusun Sengir, Desa Kalirejo

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Rural Appraisal (PRA)*, dimana merupakan suatu metode pendekatan dalam proses pemberdayaan dan peningkatan partisipasi masyarakat, yang menekankan pada keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan kegiatan pemberdayaan. Dengan metode ini warga masyarakat akan bertindak sebagai peneliti, perencana, pelaksana program pemberdayaan dan bukan sekedar sebagai objek pemberdayaan. Warga masyarakat merupakan objek utama dan pusat dari pemberdayaan yang dilakukan (*people centry development*). Dalam pelaksanaannya menekankan pada keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan kegiatan, dan peningkatan kemandirian dan kekuatan internal. Partisipasi dalam kaitannya menunjukkan keikutsertaan masyarakat dalam keseluruhan proses pemberdayaan yang terlihat dalam tanggung jawab masyarakat mengikuti kegiatan- kegiatan yang telah dirumuskan dan dilaksanakan bersama.

Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan program Pemberdayaan dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 1. Tahapan Kegiatan
Tahapan Kegiatan Program Pelatihan
E-Commerce**

Tahap Persiapan		
Pra-Survei	Identifikasi permasalahan & kebutuhan mitra (permasalahan spesifik yang dialami mitra)	
Pembentukan Tim Pemberdayaan	Pembentukan Tim disesuaikan dengan jenis kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan mitra	
Pembuatan Proposal	Pembuatan proposal untuk menawarkan solusi permasalahan & penyediaan dana dalam pelaksanaan solusi bagi Mitra	
Koordinasi Tim & Mitra	Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan job description dari Tim & Mitra	
Persiapan Alat & Bahan Pelatihan	Pembelian dan penyewaan alat serta pembuatan materi kegiatan	
Tahap Pelaksanaan		
Sosialisasi pemasaran <i>online</i> beserta aspek hukumnya	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi (45 menit)	
Pelatihan pembuatan dan penggunaan aplikasi toko <i>online</i>	Kegiatan dilaksanakan melalui pelatihan dan tutorial (60 menit)	
Tahap Evaluasi Program		
Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikator keberhasilan program dengan adanya perubahan positif dari mitra (perkembangan usaha) setelah pelaksanaan		
Aktualisasi Pelaksanaan		
Permasalahan	Solusi	Hasil yang Diharapkan
<ul style="list-style-type: none"> Belum ada pemahaman mengenai pemasaran online beserta aspek hukumnya Kurangnya keahlian mengoperasionalkan media elektronik sebagai sarana pemasaran online 	Sosialisasi dan pelatihan pemasaran online beserta aspek hukumnya	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan pemahaman mengenai strategi pemasaran online Peningkatan pemahaman mengenai legalitas transaksi online Peningkatan kemampuan pembuatan & penggunaan toko online sebagai sarana pemasaran

Metode Pendekatan

Ada beberapa metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program, meliputi:

1. Sosialisasi Program pemberdayaan masyarakat diawali dengan sosialisasi strategi pemasaran online. Sosialisasi tersebut berupa pemaparan materi pertama mengenai pengenalan pemasaran online dalam kegiatan usaha. Kemudian dilanjutkan pemaparan materi kedua mengenai aspek hukum dalam bertransaksi secara online yaitu menjelaskan mengenai aturan dan sanksi yang diterapkan dalam penggunaan media elektronik khususnya dalam kegiatan usaha. Tentunya materi- materi tersebut telah disesuaikan dengan kebutuhan mitra
2. Diskusi, setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi

yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar transfer knowledge saja melainkan dapat sharing pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi mitra.

3. Pelatihan, setelah materi disampaikan kepada mitra, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan. Pelatihan yang dimaksud adalah praktek pembuatan dan penggunaan toko online untuk kegiatan usaha. Pelatihan tersebut berupa tutorial dan pendampingan praktek kepada mitra agar dapat membuat dan mengoperasikan toko online dalam kegiatan usaha. Adapun aplikasi yang akan dipraktekan yaitu Instagram dan Shopee

PEMBAHASAN

Sasaran Kegiatan

Mitra pelatihan yaitu pelaku usaha Rumah Payet Sulam. Peserta yang terlibat merupakan perwakilan dari mitra yang berjumlah 30 Peserta. Peserta tersebut merupakan pelaku usaha yang belum memahami dan belum menerapkan pemasaran online dalam kegiatan usahanya. Adapun partisipasi mitra dalam program meliputi : 1). Mitra terlibat secara keseluruhan dalam program pemberdayaan meliputi perumusan permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan; 2). Mitra berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan

Evaluasi Program

Evaluasi program dilakukan untuk mengetahui hasil dan progress dari pelaksanaan program yang telah direncanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan cara membandingkan kondisi kedua mitra sebelum program dilaksanakan dan kondisi mitra setelah program dilaksanakan. Secara rinci, evaluasi program dapat dilihat berdasarkan tabel berikut;

Tabel 2. Evaluasi Program

No.	Program	Indikator	Kriteria	Instrumen
1.	Sosialisasi	Pemahaman mitra	• Peningkatan	• Observasi
	Strategi	mengenai strategi	Pemahaman	• Wawancara
	Pemasaran	pemasaran <i>online</i>	Mengenai	• Kuesioner
	<i>Online</i>		Strategi	
			Pemasaran	
2.	Sosialisasi	Pemahaman mitra	• Peningkatan	• Observasi
	legalitas dalam	mengenai legalitas	Pemahaman	• Wawancara
	Bertransaksi	dalam bertransaksi	Mengenai	• Kuesioner
	<i>Online</i>	<i>Online</i>	Legalitas	
			Dalam	
3.	Pelatihan	Kemampuan	• Peningkatan	• Observasi
	pembuatan &	mitra dalam	Kemampuan	• Wawancara
	Penggunaan	membuat &	Dalam	
	toko <i>online</i>	Menggunakan	pembuatan &	
	sebagai media	toko online	Penggunaan	
	Pemasaran	(shopee)	toko <i>online</i>	

Keberlanjutan Program

Setelah program keseluruhan program selesai dilaksanakan, maka penting untuk direncanakan keberlanjutan program tersebut. Adapun keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan, meliputi: Monitoring penggunaan toko *online* dalam kegiatan usaha; Monitoring mitra dalam menggunakan toko *online* yang sesuai dengan aturan yang berlaku agar terhindar dari pelanggaran aturan maupun *cyber crime*; dan Pelaksanaan program pelatihan selanjutnya yang disesuaikan dengan permasalahan dan kebutuhan mitra

Capaian Kegiatan dan Evaluasi

Indikator keberhasilan suatu program pemberdayaan adalah meningkatnya kualitas hidup dari peserta program pemberdayaan, namun dalam hal ini belum dirasakan secara signifikan hasil pelatihan yang dilakukan. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu program pemberdayaan maka perlu adanya evaluasi yang dilakukan oleh penyelenggara program pemberdayaan. Kegiatan evaluasi adalah kegiatan yang sangat penting dalam pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat. Dengan adanya evaluasi maka akan diketahui sejauhmana efektivitas dan efisiensi program pemberdayaan masyarakat dilakukan. Secara umum dikenal dua tipe evaluasi, yaitu *on going evaluation* atau evaluasi terus-menerus selama proses pelatihan berlangsung dan *ex post evaluation* atau evaluasi akhir. Evaluasi berusaha mengidentifikasi mengenai apa yang sebenarnya terjadi pada pelaksanaan atau penerapan program. Aspek-aspek yang dimonitor dan dievaluasi meliputi proses, pencapaian dan dampak proses pemberdayaan.

Dari hasil pemberdayaan yang dilakukan responden berjumlah 30 orang yang secara estafet mengisi dan mengikuti berbagai kegiatan pelatihan yang telah disepakati. Dapat disimpulkan bahwa adanya keterlibatan yang aktif dari peserta program pemberdayaan masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya proses pembelajaran kepada masyarakat agar mereka dapat menemukan cara-cara pemecahan permasalahan dan kebutuhan dari diri. Berikut adalah jbaran tentang upaya pelatihan pemberdayaan yang telah dilakukan dari hulu ke hilir, yaitu:

1. Kondisi awal peserta pelatihan. Masyarakat peserta pelatihan pemasan emping adalah ibu-ibu yang belum mengetahui bagaimana strategi pemasaran online olahan emping agar dapat dinikmati dan dapat dibeli oleh khalayak ramai. Potensi wilayah yang menghasilkan emping musiman dan juga faktor wilayah geografis yang memungkinkan dan menghambat diidentifikasi bersama untuk mengetahui titik-titik yang dapat menjadi pusat lapak yang baik bagi pemasaran emping nantinya. Merumuskan dan menyiasati bersama upaya dari permasalahan yang akan dihadapi seperti alat dan fasilitas yang minim dalam memasarkan produk olahan emping yang telah diinovasi.
2. Kondisi selama pelatihan. Selama proses pelaksanaan pelatihan para peserta merasakan manfaat dari materi yang diajarkan, terlihat dari jumlah peserta yang hadir, respon positif melalui interaksi tanya jawab dengan pendamping pelatihan. Bentuk penyampaian materi dengan menggunakan media textbook dan elektronik sehingga materi yang disampaikan dapat pelajari bersama. Melakukan praktik pengemasan yang baik sebagai modal awal pemasaran dalam menarik minat pembeli dan konsumen produk emping
3. Kondisi akhir pelatihan. Peserta dapat mengetahui lebih jauh berbagai faktor pendukung dan penghambat keberhasilan pemasaran produk olahan emping yang dibuat, dan mengetahui bentuk strategi pemasaran yang baik dalam meningkatkan keberhasilan penjualan dan pendapatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pelatihan pemasaran tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa: Pelatihan pemasaran online pada produk inovasi olahan emping memiliki manfaat bagi para ibu-ibu kelompok emping. Masyarakat kelompok emping membutuhkan pelatihan pemasaran online yang berkelanjutan dapat menunjang penjualan produk emping ataupun hasil bumi lainnya yang dapat diolah menjadi produk yang bernilai jual tinggi. Pemasaran sederhana produk olahan emping dapat didukung dengan bekerjasama dengan para pelaku pasar dan marketing penjualan komersil agar penjualan lebih meluas. Dari berbagai proses yang telah dilaksanakan, disarankan agar masyarakat kelompok emping diberikan pelatihan pemasaran yang berkelanjutan guna mendukung perekonomian yang lebih baik Masyarakat memerlukan dukungan dari berbagai pihak seperti dinas pariwisata, UMKM, penambahan modal, dan juga *stake holder*.

DAFTAR PUSTAKA

- Freddy, R. (2009). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis* (16 ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hadiyati,P. (2008). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Keterampilan Produktif Di PKBM. *Perspektif Ilmu Pendidikan, 17 Th IX A*.
- Keller, K. &. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- La Moriansyah. 2015. Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. Jakarta: *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol 19, No 3*.
- Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E.T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana, 1(2)*, 161-172.
- Pradiani, Theresia. 2018. Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. Malang: *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia Vol. 11 No. 2*.
- Soetomo. (2006). *Strategi-Strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar