



Contents lists available at openscie.com

Open Community Service Journal

Journal homepage: <https://opencomserv.com>



Pemanfaatan *E-Commerce* dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk *Handycraft* Kabupaten Pesawaran

Agus Hudoyo¹, Indah Listiana^{1*}, Rinaldi Bursan², Indah Nurmayasari¹

¹ Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

² Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

*E-mail: indahlistiana1@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Received 22 Jan 2022

Revised 02 Feb 2022

Accepted 06 Feb 2022,

Keywords:

E-commerce,
Persaingan,
Media sosial,
Marketplace

ABSTRACT

Kabupaten Pesawaran sebagai salah satu daerah yang melakukan pembangunan dalam upaya meningkatkan minat masyarakat terhadap pengelolaan UMKM. Pelaku UMKM Kabupaten Pesawaran saat ini masih belum mengoptimalkan penggunaan teknologi sebagai salah satu sarana penjualan produk. Hal ini perlu diantisipasi agar pelaku UMKM mampu bersaing. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat pelaku UMKM dalam penggunaan teknologi adalah dengan melaksanakan pelatihan digital. Pelaksanaan pelatihan yang akan dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM *handycraft* di Kabupaten Pesawaran memiliki beberapa tahapan antara lain sosialisasi, pendampingan dan evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan, didapatkan bahwa 83% peserta pelatihan merasa kegiatan pelatihan yang diberikan sangat bermanfaat sedangkan 17% lainnya berpendapat bahwa kegiatan ini bermanfaat, sehingga tidak ada peserta pelatihan yang tidak merasakan kebermanfaatan kegiatan yang dilakukan. Sebanyak 75% peserta pelatihan memiliki pengetahuan yang sedikit sebelum adanya pelatihan, sedangkan 25% lainnya dikategorikan cukup berpengetahuan. Setelah adanya kegiatan pelatihan, pengetahuan peserta yang tergolong sangat tinggi yaitu 50% sedangkan 50% lainnya dikategorikan cukup berpengetahuan.

1. Pendahuluan

E-commerce diartikan sebagai sistem yang digunakan untuk memasarkan suatu produk menggunakan internet. Penggunaan *e-commerce* untuk bertransaksi dapat dilakukan pada website maupun aplikasi. Jaringan internet akan memudahkan transaksi barang maupun jasa pada *e-commerce* sehingga produk lokal dapat mendunia dan meningkatkan perekonomian dalam negeri (**Fitriyadi, 2019**). *E-commerce* dapat memberikan informasi pasar untuk melakukan B2B serta mampu menjadi komunitas yang berbasis bisnis.

Penggunaan *e-commerce* akan membantu dalam menghemat waktu baik pedagang maupun pelanggan sehingga kegiatan transaksi menjadi lebih efisien. Selain itu, keberadaan *e-commerce* akan memberikan data pelanggan yang cukup akurat sehingga pedagang dapat mengetahui keinginan pelanggan dalam membeli barang sekaligus melakukan promosi yang sesuai dengan kondisi pelanggan (**Irmawati, 2011**). *e-commerce* dapat digunakan dan tersedia selama 24 jam sehingga pengguna *e-commerce* hanya perlu mengkoneksikan perangkatnya ke internet untuk melakukan belanja *online* dengan cepat (**Jamaludin et al., 2015**). *e-commerce* merupakan salah satu solusi dalam meningkatkan penjualan produk UMKM. Layanan penjualan yang ditawarkan oleh *e-commerce* menjadikan sebuah peluang bagi pelaku UMKM untuk menjual produk buaatannya. Hal ini berdampak pada tingkat pemasaran yang luas sehingga pendapatan yang diperoleh menjadi semakin tinggi karena adanya permintaan konsumen yang terus mempengaruhi penjual untuk melakukan inovasi produk buaatannya (**Sunarti et al., 2019**).

Kabupaten Pesawaran sebagai salah satu daerah yang melakukan pembangunan dalam upaya meningkatkan minat masyarakat terhadap pengelolaan UMKM, akses permodalan untuk pelaku usaha skala kecil hingga menengah. Hal ini menjadikan Kabupaten Pesawaran memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi daerah yang berpotensi sebagai tempat wisata dengan mengembangkan potensi lokal. Sebagai salah satu kabupaten dengan UMKM yang cukup besar, Kabupaten Pesawaran telah mengalami peningkatan jumlah UMKM sebanyak 1058 selama 2019-2020. Bertambahnya jumlah UMKM berbanding terbalik dengan hasil penjualan di masa pandemi, hal ini terbukti dengan adanya 73% UMKM terdampak akibat pandemi (Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pesawaran, 2020).

Pelaku UMKM Kabupaten Pesawaran saat ini masih belum mengoptimalkan penggunaan teknologi sebagai salah satu sarana penjualan produk. Hal ini perlu diantisipasi agar pelaku UMKM mampu bersaing. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat pelaku UMKM dalam penggunaan teknologi adalah dengan melaksanakan pelatihan digital. Pelatihan digital diperlukan untuk mengenalkan sistem pemasaran melalui *e-commerce* kepada pelaku UMKM Kabupaten Pesawaran. Menurut **Heeks & Duncombe (2006)** *e-commerce* akan memberikan dampak positif yaitu keinginan pelaku usaha untuk melakukan inovasi agar mampu bersaing dengan kondisi pasar. **Mahzura (2020)** menyatakan bahwa *e-commerce* memberi dampak positif terhadap kenaikan berupa keuntungan dalam penjualan, sistem yang lebih mudah, menambah mitra, dikenal oleh khalayak, mendapatkan modal yang lebih mudah untuk berinvestasi, memberi kemudahan dalam proses jual beli sehingga menekan biaya untuk promosi. **Rakanita (2019)** juga menyebutkan bahwa dengan memanfaatkan *e-commerce*, pendapatan UMKM dapat meningkat dan juga memberikan keuntungan dalam hal kemudahan bertransaksi sehingga produk lebih mudah dikenal oleh banyak konsumen.

Kesempatan dalam memanfaatkan kemudahan yang diberikan oleh *e-commerce* masih belum seimbang dengan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkannya. Pelaku UMKM yang seharusnya bisa bersaing dengan pasar global secara *online*, namun masih terkendala terhadap penggunaan teknologi terutama penggunaan *marketplace* sebagai media penjualan. Menurut **Sukmasetya et al. (2020)** keterampilan masyarakat dalam penggunaan teknologi *e-commerce* dapat diselesaikan dengan pelatihan kepada mitra UMKM, karena *e-commerce* dapat memberikan keuntungan bagi mitra UMKM maupun konsumen.

Oleh karena itu, kegiatan pelatihan yang akan dilakukan diharapkan mampu meningkatkan kegiatan promosi produk yang selama ini masih belum dilaksanakan secara optimal. Selain itu, pelaku UMKM diharapkan mampu bertransaksi secara *online* sehingga memudahkan masyarakat untuk mencapai kesejahteraan ekonomi.

2. Metode dan Pendekatan

Pelaksanaan pelatihan yang akan dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM *handycraft* di Kabupaten Pesawaran memiliki beberapa tahapan. Tahap pertama adalah melakukan identifikasi berupa diskusi antar pelaku UMKM dengan pihak yang akan memberikan pelatihan, tujuan dari diskusi yang dilakukan adalah untuk mengetahui masalah mitra secara detail sehingga proses pelatihan yang akan dilakukan akan tepat sasaran. Tahap selanjutnya adalah sosialisasi sebagai upaya mengenalkan *e-commerce* sebagai sarana promosi serta perluasan pasar. Pelaku UMKM yang sebelumnya melakukan penjualan secara manual diharapkan mampu melakukan pemasaran yang lebih modern. Sosialisasi yang dilakukan akan memberikan arahan kepada peserta dalam menampilkan produk dagangannya di *marketplace*. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan juga memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM untuk memastikan bahwa pelaku UMKM dapat mengaplikasikan materi yang disampaikan sebagai sarana meningkatkan usahanya.

Metode yang dipilih untuk melaksanakan kegiatan pelatihan adalah PLA (*Participatory Learning and Action*) yang bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang terdapat pada pelaku UMKM *handycraft*. Masyarakat diminta untuk berperan aktif mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pelatihan yang akan dilakukan. PLA dapat diimplementasikan melalui kegiatan ceramah maupun diskusi antar masyarakat dalam hal perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi terhadap hasil kegiatan yang dilakukan (Darmawan *et al.*, 2020). Menurut Swasta *et al.* (2011) pelaksanaan PLA memerlukan keterlibatan masyarakat sebagai objek yang berperan aktif dalam pembelajaran dengan berbagai pendekatan sehingga proses pembelajaran bersifat partisipatif. Pada prinsipnya, PLA menempatkan masyarakat sebagai suatu objek dan juga pelaku dalam pelaksanaan program kegiatan. Sehingga masyarakat bisa turut aktif melaksanakan kegiatan pemberdayaan yang dilakukan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan yang dilakukan dalam upaya meningkatkan kapasitas bisnis pengrajin produk *handycraft* di Kabupaten Pesawaran dilaksanakan pada era pandemi sehingga hanya diikuti oleh 20 peserta. Peserta pelatihan diberikan sosialisasi tentang peluang bisnis secara *online* hingga teknis pelaksanaannya. Pelaku UMKM diberikan wawasan berupa dasar pengembangan usaha melalui metode pemasaran secara *online*. Selain itu, kegiatan sosialisasi juga memuat cara penggunaan *e-commerce* dalam memasarkan produk buatan pelaku UMKM.

Penggunaan *e-commerce* sebagai alat pemasaran produk memiliki beberapa aspek penting didalamnya. Salah satu aspek terpenting yaitu aspek teknis yang merupakan aspek reabilitas berupa alat seperti *handphone* maupun komputer yang akan dipakai untuk mengunduh aplikasi *e-commerce*. Perangkat keras seperti *handphone* tentu memerlukan jaringan internet untuk terkoneksi pada layanan *e-commerce*. Selain itu terdapat aspek non teknis seperti aspek ekonomi dalam melakukan sebuah bisnis. Peserta pelatihan diberi sosialisasi terkait bagaimana menjalankan bisnis secara *business to customer*, konsep *customer to customer*, dan juga menjalankan bisnis melalui konsep *business to business*. Penggunaan sistem *business to customer* dapat digunakan oleh peserta dalam melakukan penjualan secara personal ke calon pembeli sehingga cara ini dapat membantu pelaku UKM dalam menemukan calon pembeli yang sesuai dengan produk yang dihasilkan. Selain itu terdapat materi tentang konsep *customer to customer* yang dapat dilakukan untuk melakukan pemasaran secara lebih luas, sehingga siapa pun dapat melihat produk UMKM yang dijual di *e-commerce*, sedangkan konsep *business to business* merupakan pengetahuan baru bagi pelaku UMKM untuk menjalankan bisnisnya

secara personal ke pemilik bisnis lainnya yang memerlukan produk hasil UMKM untuk bahan dasar dalam pembuatan produk bisnis lainnya.

Kesulitan mendapatkan modal merupakan salah satu permasalahan yang dimiliki oleh pelaku UMKM, sehingga penjualan produk menggunakan toko merupakan kendala yang perlu diatasi salah satunya penggunaan *marketplace*. Keberadaan *marketplace* memberikan peluang baru bagi pelaku UMKM untuk melakukan transaksi tanpa harus membuka toko dalam bentuk bangunan fisik. Pelatihan yang diberikan pada pengrajin *handycraft* berupa cara menjalankan bisnis melalui *marketplace* yang cukup terkenal bagi masyarakat luas antara lain shopee, tokopedia dan lainnya. Peserta pelatihan diminta untuk membuat akun akan bisa bergabung menjadi anggota di salah satu *marketplace* yang dipilih. Peserta diminta untuk melakukan registrasi secara *online* dengan memasukkan data informasi pribadi yang sesuai dengan KTP. Setelah pendaftaran akun selesai, peserta pelatihan dapat mengunggah produk yang akan di jual pada masing-masing akun yang telah dibuat.

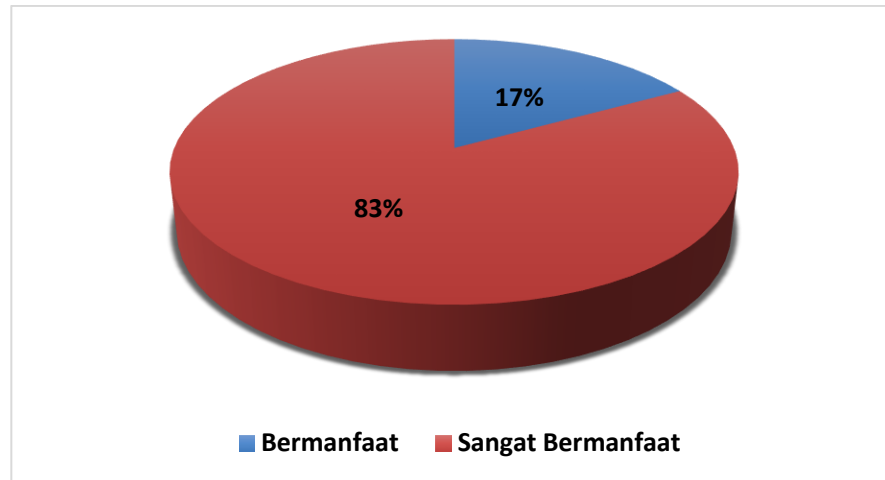
Peserta pelatihan dapat melakukan kegiatan penjualan dengan sistem *dropshipping* dengan menetapkan harga yang akan diterapkan pada akun *marketplace* sehingga penetapan harga bisa bersifat kompetitif di pasaran. Selain harga, perlu diperhatikan nama toko *online* yang akan digunakan, peserta diminta untuk membuat nama toko yang mudah diingat agar pengunjung lebih mudah mengenali toko *online* yang dibuat. Setelah proses melengkapi informasi akun selesai, selanjutnya adalah menerapkan langkah-langkah efektif untuk melakukan promosi hingga pelaku UMKM dapat melakukan transaksi jual beli secara *online*. Untuk meningkatkan penjualan pada akun *marketplace*, pelaku UMKM juga perlu menambah referensi akun yang telah berhasil melakukan penjualan yang tinggi, hal ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM dalam meningkatkan kredibilitas akunnya.

Produk *handycraft* merupakan salah satu produk UMKM yang sangat unik karena pembuatannya yang masih manual menggunakan tangan dan skala rumahan menjadikan produk ini memiliki tampilan yang menarik. Pengrajin *handycraft* dapat memberi sedikit dekorasi dalam foto produk yang akan digunakan pada akun *marketplace*. Foto yang digunakan juga harus memperlihatkan kegunaan barang yang akan dijual sehingga hal ini akan membuat pengunjung akun menjadi lebih tertarik dengan tampilan yang terlihat. Pada bagian produk yang ditawarkan, pelaku UMKM juga perlu memberikan deskripsi produk agar informasi yang diterima oleh pengunjung akun lebih akurat dan mudah dipahami. Kemudahan yang ditawarkan oleh *marketplace* menjadikan pelatihan yang diberikan lebih mudah diterima oleh pelaku UMKM. Penggunaan *marketplace* juga memudahkan pembeli dalam mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus datang ke toko ataupun melakukan transaksi uang secara manual. Selain itu, produk *handycraft* yang ditawarkan dapat dilihat oleh seluruh pengguna akun baik dalam negeri maupun luar negeri. Namun, kemudahan yang diberikan oleh *marketplace* tidak mengurangi kekhawatiran pelaku UMKM dalam masalah keamanan penjualan secara *online* serta perangkat yang digunakan untuk melakukan penjualan melalui *marketplace*, sehingga pada pelatihan ini, peserta diberikan sosialisasi terkait jaminan pada masing-masing aplikasi *marketplace* agar terhindar dari penipuan dan kecurangan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

Selama kegiatan pelatihan berlangsung, peserta pelatihan dapat memahami materi yang disampaikan dengan cukup baik, selain itu selama proses pembuatan akun *marketplace* dan pendampingan penggunaan *marketplace* berjalan dengan cukup baik. Peserta pelatihan diminta untuk dapat mengintegrasikan beberapa aplikasi *marketplace* dan media sosial yang dimiliki oleh peserta. Informasi yang diberikan pada masing-masing akun yang digunakan harus lengkap supaya tingkat kepercayaan konsumen terhadap toko *online* menjadi lebih besar. Pelatihan yang dilakukan menambah kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan jual beli secara *online* melalui sarana elektronik. Dalam segi proses bisnis, penggunaan *e-commerce* merupakan langkah baru untuk mengurangi transaksi secara manual sehingga biaya untuk melakukan peningkatan mutu barang menjadi sedikit berkurang serta memberikan pelayanan yang optimal. Menurut Sukmasetya *et al.* (2020) memasarkan produk dengan memaksimalkan penggunaan teknologi merupakan hal yang harus dimiliki oleh pelaku usaha

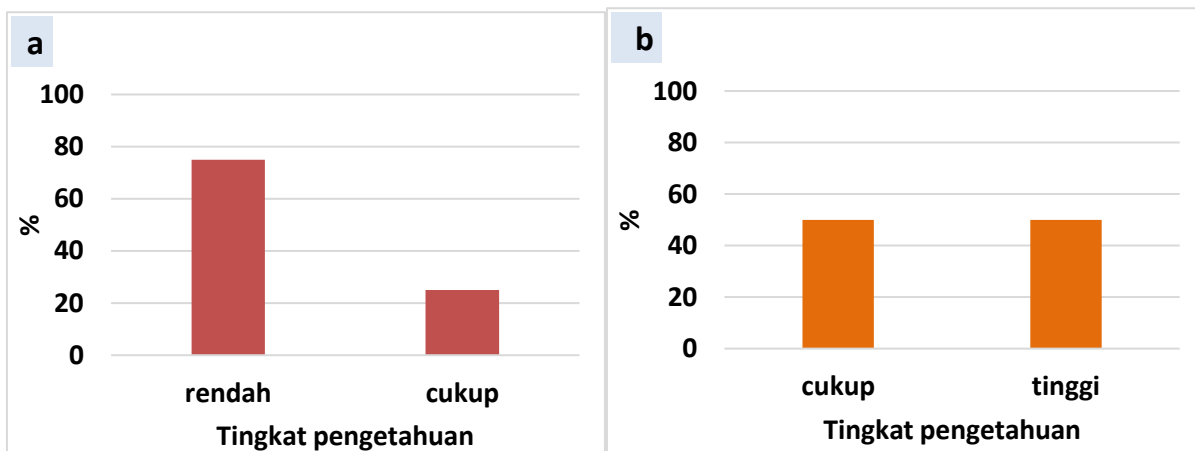
untuk memperluas pasar. Adanya pendampingan kepada masyarakat yang berkelanjutan melalui praktik langsung ke masyarakat akan memudahkan masyarakat memahami hal-hal yang perlu dilakukan terhadap produk buaatannya.

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan kemudian dimonitoring dan dievaluasi dengan melakukan penyebaran kuisiner kepada peserta pelatihan. Hal lain yang dari kegiatan pelatihan adalah minat pelaku UMKM *handycraft* untuk melakukan bisnis *online* menggunakan *marketplace*.



Gambar 1. Tanggapan peserta terhadap kegiatan pelatihan yang diberikan.

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan, didapatkan bahwa 83% peserta pelatihan merasa kegiatan pelatihan yang diberikan sangat bermanfaat sedangkan 17% lainnya berpendapat bahwa kegiatan ini bermanfaat, sehingga tidak ada peserta pelatihan yang tidak merasakan kebermanfaatn kegiatan yang dilakukan. Evaluasi lainnya dilakukan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan peserta pelatihan sebelum dan setelah adanya pelatihan. Sebanyak 75% peserta pelatihan memiliki pengetahuan yang sedikit sebelum adanya pelatihan, sedangkan 25% lainnya dikategorikan cukup berpengetahuan. Setelah adanya kegiatan pelatihan, pengetahuan peserta yang tergolong sangat tinggi yaitu 50% sedangkan 50% lainnya dikategorikan cukup berpengetahuan.



Gambar 2. Tingkat pengetahuan yang dimiliki peserta sebelum pelatihan (a) dan setelah adanya pelatihan (b).

Hal ini menunjukkan bahwa adanya pelatihan telah berdampak terhadap meningkatnya pemahaman peserta. Menurut **Sunarti et al. (2019)** adanya pemberian materi serta pelatihan akan meningkatkan pemahaman kepada masyarakat sehingga mampu membuka peluang bisnis dalam pemasaran produk UMKM. Selain itu, adanya pelatihan akan mempengaruhi hasil produksi UMKM serta menciptakan inovasi produk yang sesuai dengan permintaan pasar. **Utami & Aini (2019)** menjelaskan bahwa pengabdian masyarakat yang dilakukan untuk memasarkan produk melalui *e-commerce* menjadikan masyarakat lebih mandiri dalam mengelola toko *online*. Produk hasil UMKM juga dapat dipromosikan melalui berbagai media sosial sehingga terdapat penilaian dari pihak luar terkait produk yang sifatnya informatif dan juga dapat mengajak pengunjung toko *online* untuk tertarik membeli.

Kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan digital memberikan manfaat bagi masyarakat Kabupaten Pesawaran sebagai pengrajin *handycraft* baik skala kecil maupun menengah. Penggunaan *e-commerce* yang diaplikasikan untuk memasarkan produk *handycraft* memberikan peluang baru bagi masyarakat Kabupaten Pesawaran untuk memperkenalkan produknya melalui *marketplace* maupun website.

4. Kesimpulan dan Saran

Penggunaan *e-commerce* merupakan alternatif bagi pengrajin *handycraft* di Kabupaten Pesawaran untuk meningkatkan penjualan dengan meminimalisir biaya untuk promosi. Pengrajin *handycraft* dapat dengan mudah mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan untuk memperluas pemasaran produknya. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan, didapatkan bahwa 83% peserta pelatihan merasa kegiatan pelatihan yang diberikan sangat bermanfaat sedangkan 17% lainnya berpendapat bahwa kegiatan ini bermanfaat, sehingga tidak ada peserta pelatihan yang tidak merasakan kebermanfaatannya kegiatan yang dilakukan. Sebanyak 75% peserta pelatihan memiliki pengetahuan yang sedikit sebelum adanya pelatihan, sedangkan 25% lainnya dikategorikan cukup berpengetahuan. Setelah adanya kegiatan pelatihan, pengetahuan peserta yang tergolong sangat tinggi yaitu 50% sedangkan 50% lainnya dikategorikan cukup berpengetahuan.

Upaya lanjut yang dapat dilakukan untuk membantu UMKM di Kabupaten Pesawaran dalam meningkatkan pendapatan adalah membentuk kelembagaan untuk mengelola hasil kerajinan dari UMKM. Pelaku UMKM dapat saling memberikan masukan terhadap produk yang dibuat oleh UMKM lainnya. Peran pemerintah diperlukan untuk mendorong pemuda berinovasi terhadap *handycraft* yang ada di Kabupaten Pesawaran. Pendampingan secara berkelanjutan dapat dilakukan dengan menjaga komunikasi dengan pelaku UMKM baik secara langsung maupun melalui media komunikasi lainnya.

5. Daftar Pustaka

- Darmawan, D. , Alamsyah, T. P. & Rosmilawati, I. (2020). Participatory Learning and Action untuk Menumbuhkan Quality of Life pada Kelompok Keluarga Harapan Di Kota Serang *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 4(2):,160-169. DOI 10.15294/pls.v4i2.41400
- Fitriyadi, E. P. (2019). Inovasi E-Commerce Dan Starup Sebagai Tantangan Masyarakat Industri 4.0. *Journal Teknologi Dan Informasi ESIT*, 14(03), 34–39.
- Heeks, R & Duncombe, R. (2006). *E-Commerce for small enterprise development*. Institute for Development Policy and Management (IDPM). Manchester
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis–ISSN, 2085(1375)*, 161-171.

- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K., (2015). Pengaruh Promosi *online* Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 21(1).
- Mahzura, T. A. S. (2020). Pemanfaatan E-Commerce dalam Peningkatan Penjualan pada Buger Sei Putih Kota Medan. *Jurnal ekonomi bisnis manajemen prima*, 2(1), 65-80. <https://doi.org/10.34012/jebim.v2i1.1178>
- Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Jurnal Ekbis*, 10(2), 1280– 1289.
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28-35. <https://doi.org/10.31603/ce.v5i2.3514>
- Sunarti, S., Rachmawati, S., & Handayanna, F. (2019). Peningkatan Pendapatan Ukm Pada Hacord Gallery Dengan Aplikasi Web Marketplace E-Commerce. *Jurnal Terapan Abdimas*, 4(2), 166-171. <http://doi.org/10.25273/jta.v4i2.4840>
- Swasta, I., B., J., Karyasa, I., W., Rai, I., W., dan Suardika, I., P., 2011. Implementasi Program Ipteks Bagi Wilayah Di Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng Tahun 2010. *Majalah Aplikasi Ipteks Ngayah*, 2 (2), 12-21.
- Utami, S. S., & Aini, N. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Handycraft Mama Art Deco. *Intervensi Komunitas*, 1(1), 21-32.