

PENGENALAN E-COMMERCE DALAM UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DESA KAMPAI SELUMA

Mely Eka Karina¹, Kamelia Kuswanti¹, Surya Aprianti¹, Desma Purnama Sari¹

¹Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Indonesia

melyekakarina@gmail.com

Received: 3-2-2023

Revised: 9-2-2023

Approved: 19-2-2023

ABSTRAK

Pada era saat pandemi E-Commerce merupakan alternative pilihan masyarakat untuk berbelanja secara online. Dengan adanya E-Commerce sebagai media penjualan mampu membuat sistem pemasaran menjadi lebih luas, sederhana dan terperinci sehingga Masyarakat Desa Kumpai dapat mengenal E-Commerce sebagai media penjualan online. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk menambah wawasan masyarakat Desa Kumpai fungsi media promosi dan penjualan elektronik untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam memperkenalkan media website e-commerce. Jenis pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan cara pelatihan langsung ke Desa Kumpai menggunakan metode Participatory Action Research (PAR). Hasil pengabdian berupa pembuatan toko online di E-Commerce dengan menggunakan media promosi market place seperti Tokopedia, Bukalapak dan Google My Business sehingga dapat membantu serta mempermudah mengurangi biaya yang dikeluarkan, dapat menyampaikan informasi secara detail dan cepat mengenai produk kepada pelanggan. Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membantu Desa Kumpai mendapatkan hasil yang lebih maksimal serta dapat bersaing dengan toko offline maupun online yang sejenis.

Kata Kunci : E-Commerce, Desa Kumpai, Google My Business

PENDAHULUAN

Desa merupakan bagian terkecil dalam pemerintahan. Menurut Undang-undang Desa No.6 tahun 2014 Pasal 1 ayat 1 “Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan Prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam system pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia”.

Pengembangan desa bisa dalam banyak hal yang kita lakukan seperti pengembangan desa wisata sehingga dapat dikembangkan serta memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat (Budhi Pamungkas Gautama et al. 2020) salah satu bentuk pengembangan dari desa wisata adalah membuat strategi digital marketing untuk menumbuhkan ekonomi desa (Nisa and Ngafidin 2022). Jenis usaha kecil dan menengah adalah bagian penting dari ekonomi (N. Wang 2021) dengan tingkat pertumbuhan E-Commerce sangat cepat (F. Wang 2021).

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia semakin berkembang pesat setiap tahunnya (Ikhlas and Jafnihirda n.d.). Mengembangkan UMKM merupakan tugas strategis untuk menggerakkan perekonomian nasional karena kegiatan usahanya mencakup hampir semua bidang usaha (Retnoningsih et al. 2019). Beberapa tahun belakangan, perdagangan

secara online dengan penerapan E-Commerce adalah hal yang lebih di gemari masyarakat tak terkecuali masyarakat desa. Tren perdagangan bergeser dari yang tadinya dilakukan secara konvensional dengan bertatap muka langsung antara pembeli dan penjual, menjadi secara digital alias online (Apriadi 2017). E-commerce adalah singkatan dari dua kata, yakni electronic dan commerce. Bila diartikan secara harfiah, artinya adalah perdagangan elektronik. Maksudnya, segala bentuk perdagangan meliputi proses pemasaran barang sampai dengan distribusi yang dilakukan melalui jaringan elektronik atau online. Secara sederhana, E-Commerce adalah bentuk perdagangan yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan internet. E-Commerce bisa dilakukan melalui komputer, laptop, sampai smartphone. Peran E-Commerce sangat penting dalam pengembangan bisnis (Rehatalanit 2021).

Desa Kampai adalah sebuah desa kecil yang terletak di Kabupaten Talo Provinsi Bengkulu. Desa Kampai memiliki potensi ekonomi yang sangat bagus dalam hal pariwisata dan UMKM. Saat ini UMKM yang terdapat di Desa Kampai dikelola kelompok sadar wisata yang di bawahi oleh BUMDES Desa Kampai. Dalam perjalanan mengembangkan potensi yang ada di Desa Kampai, Desa mengalami beberapa kendala, mulai dari pendanaan, sarana dan prasarana dan sampai kepada promosi produk UMKM Desa sehingga diperlukan pengembangan dari proses UMKM dengan cara menggunakan E-Commerce.

Dari hasil pandangan tersebut tim melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul Pengenalan E-Commerce Pada Desa Kampai. Dimana dengan diadakannya pengabdian kepada masyarakat ini di harapkan Pengurus dan Masyarakat Desa dapat memaksimal Potensi UMKM atau Wisata yang ada di desa tersebut dengan melalui promosi di E-Commerce. Dalam hal ini juga pengembangan UMKM dapat dilakukan dengan cara membuat logo sebagai media promosi untuk meningkatkan produk yang lebih kompeten dan handal dalam pemasaran (Hidayattullah et al. 2020).

Berdasarkan hasil kajian situasi dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tim merumuskan masalah yang akan diselesaikan dalam pengabdian masyarakat yaitu “Pengenalan E-Commerce Pada Desa Kampai “. Berikut hasil dari tabel yang dapat di rumuskan pada permasalahan yang terjadi, sehingga permasalahan pada Desa Kampai bisa dapat terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat.

Tabel 1.
Permasalahan pada Desa Kampai

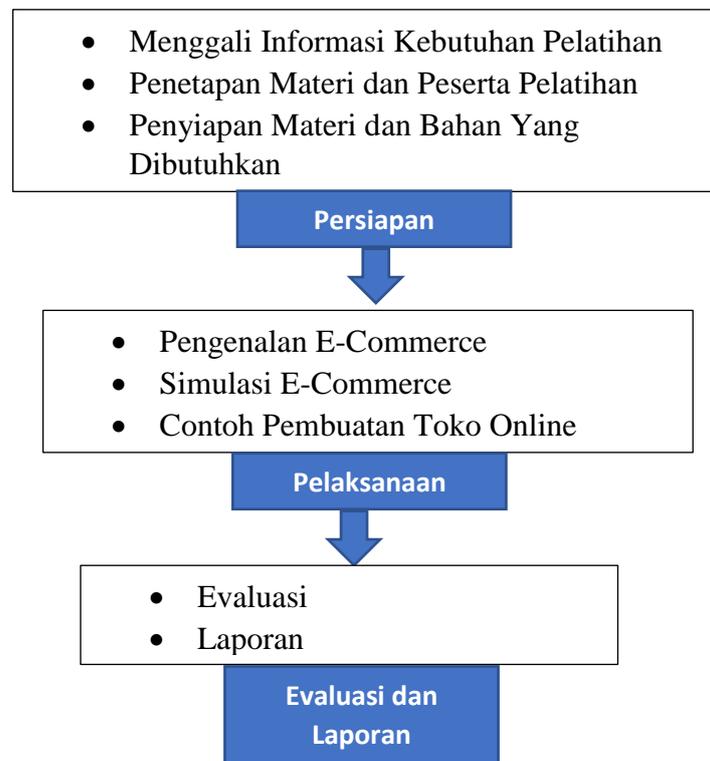
Masalah Mitra	Solusi yang di tawarkan	Terget Iluran/Indikator
Pemasaran masih dilakukan secara manual. Seperti melalui sms & whatsapp	Adapun cara yang dilakukan melalui pelatihan menggunakan marketplace	Peserta pelatihan memiliki akun dimarketplace (Tokopedia/Bukalapak)

Pengabdian masyarakat bisa dilakukan dalam hal apapun seperti pengembangan kompetensi pada guru hingga proses lainnya yang dapat menambah wawasan dari pandangan masyarakat pada saat sekarang (Fathoni et al. 2022), hingga membuat konten pembelajaran sehingga dapat membantu para sekolah dan guru sehingga bisa dirasakan dampaknya langsung bagi masyarakat umum (Prabowo et al. 2021).

Dengan dilaksanakannya pengabdian masyarakat ini diharapkan Pemerintah Desa serta masyarakat Desa Kampai bisa menerapkan dan mengimplementasikan E-Commerce guna untuk memberikan dampak positif terhadap kemajuan UMKM kedepannya.

METODE KEGIATAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam pengabdian ini Participatory Action Research (PAR) adalah metodologi yang didasarkan pada peran peserta dalam menetapkan agenda, keterlibatan dalam pengumpulan dan analisis/interpretasi data, dan kontrol atas penggunaan hasil (Hahn and Werpetinski 2010). Pada pengabdian ini untuk penyampaian informasi dan pelatihan kepada pengurus Bumdes dan pengurus desa Kampai, Tim merumuskan dan menyapaikan materi seperti pengantar E-Commerce, jenis jenis E-Commerce, manfaat E-Commerce dan penerapan E-Commerce dengan model pelaksanaan pelatihan. Adapun metode pelaksanaan meliputi rangkaian seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.
Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat

Adapun kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memperkenalkan konsep dasar serta Jenis, manfaat dan penerapan E-Commerce. Agar materi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat desa, maka Tim melakukan beberapa metode dalam pengabdian ini, diantaranya sebagai berikut ini:

1. Tahap persiapan, yaitu melakukan survey dan diskusi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan pada saat pelatihan, serta menetapkan sasaran

- dalam pelatihan. Pada tahap persiapan juga dilakukan mempersiapkan materi dan alat peraga untuk digunakan pada pelatihan.
2. Pelaksanaan Pelatihan, meliputi kegiatan Pelatihan yang berupa teori dan praktek, untuk mengukur keberhasilan pelatihan, dilakukan pengisian kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan.
 3. Evaluasi dan pelaporan, meliputi kegiatan evaluasi keberhasilan pelatihan dan pelapor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengabdian masyarakat dengan judul Pengenalan E-Commerce Pada Desa Kampai, dapat di simpulkan seperti berikut ini:

1. Kehadiran Peserta Peserta pelaksanaan pelatihan terdiri dari 15 orang yang bersumber dari Pengurus Bumdes.
2. Partisipasi Partisipasi dan kesungguhan peserta dalam mengikuti pelatihan mulai materi yang berupa informasi ataupun teori dapat dikatakan baik dan diterima oleh peserta. Hal ini terbukti dari kesungguhan peserta dalam memperhatikan materi yang disampaikan oleh instruktur dan juga keaktifan peserta dalam bertanya berbagai hal terkait.
3. Hasil pemaparan materi Berdasarkan hasil pengamatan selama pelaksanaan dan pemantauan yang telah dilaksanakan, didapat hasil yaitu peserta sangat antusias dan memperhatikan materi yang disampaikan sehingga hasil yang diharapkan dapat berjalan sesuai dengan harapan. Adapun rincian pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:



Gambar 2.
Pengenalan E-Commerce

KESIMPULAN

Hasil pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa peserta dalam hal ini adalah pengurus Bumdes dan pengurus Desa Kampai merasa terbantu dengan adanya pengabdian kepada masyarakat ini dan berharap pengabdian seperti ini bisa dilakukan dimasa yang akan datang. Dengan diadakannya pelatihan E-Commerce beberapa dari UMKM telah memiliki toko online seperti di Tokopedia/ Shopee sebagai bentuk pemasaran produk UMKM di Desa Kampai.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, Deni. 2017. "E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian." *journal resti*1(12): 131-36.
- Budhi Pamungkas Gautama et al. 2020. "Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat." *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*1(4): 355-69.
- Fathoni, M Yoka et al. 2022. "Pengembangan Kompetensi Bahan Ajar Pada Sekolah Dasar Negeri Panembangan Cilongok Menggunakan Prezi." 2(1): 7-13.
- Hahn, Laura, and Valeri Werpetinski. 2010. "Work in Progress -Using Participatory Action Research to Investigate Student Learning in Engineers Without Borders." *Proceedings -Frontiers in Education Conference, FIE*: 26-28.
- Hidayattullah, Muhammad Fikri, M. Yoka Fathoni, Dairoh Dairoh, and Yustia Hapsari. 2020. "Pemanfaatan Gaphics Designer Software Untuk Meningkatkan Kreativitas Promosi Produk Para Pengusaha UMKM Di Kota Tegal." *Jurnal PkM Pengabdian kepada Masyarakat*3(3): 242.
- Ikhlas, Muhammad, and Lika Jafnihirda. "Comparative Analysis of Strategic Location Selection Decisions for MSMEs (UMKM) Using the MFEP and SAW Method." : 0-4.
- Nisa, Khairun, and Meiah Ngafidin. 2022. "Strategi Digital Marketing Untuk Mengembangkan Ekonomi Dan Pariwisata Desa Petahunan." 2(1): 24-31.
- Prabowo, Dedy Agung, M Yoka Fathoni, Rozali Toyib, and Dandi Sunardi. 2021. "Sosialisasi Aplikasi Merdeka Mengajar Dan Pengisian Konten Pembelajaran Pada SMKN 3 Seluma Untuk Mendukung Program SMK-PK Tahun 2021." *JPMTT (Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Terbarukan)*1(2): 55-60.
- Rehatalanit, Y. L.R. 2021. "Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis." *Jurnal Teknologi Industri*5(0): 62-69.
<https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>.
- Retnoningsih, Endang et al. 2019. "Knowledge Management System for Supporting the Small Medium Enterprise (UMKM) in Bekasi City." *Proceedings of 2019 4th International Conference on Informatics and Computing, ICIC 2019*.
- Wang, Fei. 2021. "Building Dongguan Cross Border E-Commerce Industry 'Closed Loop' Ecosystem with Blockchain Technology." *Proceedings -2nd International Conference on E-Commerce and Internet Technology, ECIT 2021*: 155-58.
- Wang, Ni. 2021. "Research on the Influence of the Cross-Border e-Commerce Development of Small and Medium-Sized Enterprises in Dongguan in the Post-Epidemic Era." *Proceedings -2nd International Conference on E-Commerce and Internet Technology, ECIT 2021*: 176-80.