

PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK UMKM PABEAN PROBOLINGGO

Yeriko Felis Samudra, Muhammad Adrian Reza W., Idham Faiz Susantyo, Dr. Wiwik Handayani., SE, M.Si., Daisy Marthina Rosyanti,S.E.,M.M., Mentari Clara Dewanti, S.E., M.M.

21012010242@student.upnjatim.ac.id 21012010458@student.upnjatim.ac.id

21012010434@student.upnjatim.ac.id wiwik.em@upnjatim.ac.id

daisy.m.mnj@upnjatim.ac.id mentari.clara.mnj@upnjatim.ac.id

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Correspondence			
		No. Telp:	
Submitted 1 januari 2024	Accepted 6 januari 2024	Published 7 Januari 2024	

ABSTRAK

Di era modern ini, teknologi menjadi salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia. Banyak teknologi yang memudahkan kehidupan manusia seperti handphone, gadget, dan juga termasuk *online shop*. Namun di era perkembangan teknologi yang pesat ini, kondisi pemasaran masih dilakukan dengan cara konvensional yaitu menjualnya secara langsung kepada konsumen dan belum menggunakan teknologi berupa *e-commerce*. Oleh karena itu, pengembangan pemasaran dapat dilakukan melalui *e-commerce* atau kegiatan berbelanja online. Dengan adanya *e-commerce*, jangkauan pasar bisa menjadi lebih luas dan pendapatan bisa meningkat. Pengabdian ini dilakukan untuk mengembangkan UMKM Pabean Probolinggo yang berlokasi di Desa Pabean, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur. Metode yang digunakan adalah survey pelaku UMKM, sosialisasi cara membuat akun dan mengoperasikan akun *e-commerce*, dan monitoring mitra UMKM secara rutin. Hasil kegiatan yang didapat yaitu berupa pelaku UMKM Pabean dapat memahami pengoperasian *e-commerce* dengan baik dan harapannya para pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Keyword: UMKM, *e-commerce*, teknologi

ABSTRACT

In this modern era, technology has become an important aspect of human life. There is a lot of technology that makes human life easier, such as cellphones, gadgets, and online shops. However, in this era of rapid technological development, marketing conditions are still carried out using conventional methods, namely selling directly to consumers, and not using technology in the form of *e-commerce*. Therefore, marketing development can be done through *e-commerce* or online shopping activities. With *e-commerce*, market reach can become wider and income can increase. This service is carried out to develop Probolinggo Customs UMKM located in Pabean Village, Dringu District, Probolinggo Regency, East Java. The methods used are surveys of UMKM players, socialization on how to create accounts and operate *e-commerce* accounts, and regular monitoring of UMKM partners. The results of the activities obtained are that Customs UMKM actors can understand *e-commerce* operations well and it is hoped that UMKM actors can develop their businesses in a sustainable manner.

Keywords: UMKM, *e-commerce*, technology

PENDAHULUAN

Teknologi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia modern. Teknologi telah mengubah cara kita hidup, bekerja, dan berkomunikasi. Perkembangan



teknologi yang pesat terus terjadi, sehingga penting bagi kita untuk selalu mengikuti perkembangannya. Teknologi sendiri berasal dari kata *technologia* (bahasa Yunani) *techno* artinya ‘keahlian’ dan *logia* artinya ‘pengetahuan’ (Satrio 2021). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata teknologi mempunyai arti metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis, ilmu pengetahuan terapan atau keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi keberlangsungan hidup manusia. Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat dan telah menyentuh berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu contohnya adalah kehadiran *handphone* yang telah menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian besar masyarakat. *Handphone* tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk berbagai keperluan lainnya, seperti berbelanja online, belajar, dan hiburan (Sinapoy and Putri 2021).

Belanja melalui internet merupakan pemanfaatan teknologi yang efektif dan efisien. Hal ini memberikan kemudahan bagi konsumen dan produsen. Konsumen dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja dengan mudah dan praktis. Produsen dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produknya. Sebutan untuk kegiatan tersebut yaitu pemasaran produk berbasis *online* atau *online shop* (Rehatalanit 2021). E-commerce adalah kegiatan jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui internet. E-commerce merupakan bagian dari e-business yang menggunakan teknologi basis data dan surat elektronik (Riswandi 2019). Pemasaran online merupakan strategi yang diterapkan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran usaha. Strategi ini dapat dilakukan melalui berbagai platform, seperti Facebook, Instagram, Twitter, website, dan lain-lain. Platform-platform tersebut memiliki banyak lalu lintas pengguna yang dapat menjadi target pemasaran. Selain itu, pemasaran online juga dapat dilakukan melalui saluran messenger, seperti WhatsApp, untuk menyampaikan pesan secara personal dan interaktif secara real time.

Berbagai perkembangan dan permasalahan dalam dunia usaha, seperti banyaknya pesaing dan tuntutan untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman, membuat e-commerce menjadi suatu keharusan. E-commerce memudahkan masyarakat dalam membeli suatu produk karena dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Menurut data We Are Social tahun 2022, masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan waktu 8 jam 36 menit untuk penggunaan internet, dan 3 jam 17 menit untuk memainkan media sosial dalam sehari (Sasana Digital 2023). Pada masa pasca pandemi, UMKM diharapkan lebih gencar dalam penjualan. Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan adalah dengan digitalisasi. Digitalisasi dapat mendorong perkembangan UMKM secara keseluruhan dan meningkatkan penjualan secara khusus. Dampak digitalisasi terhadap keuntungan bisnis bisa lebih besar. Dengan online atau go digital, interaksi antara konsumen dan penjual menjadi lebih mudah (Soebandhi, Ariska, and Purwitasari 2022). Pemasaran modern tidak lagi terbatas pada promosi offline, tetapi juga memanfaatkan teknologi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Langkah ini disebut dengan go digital atau online. Go digital adalah sebuah langkah yang memanfaatkan internet untuk memperluas jangkauan promosi. Langkah seperti ini disebut dengan go digital atau online. Maksudnya, sebuah langkah yang memanfaatkan internet untuk memperluas jangkauan promosi. Dengan go digital UMKM dapat memperoleh beberapa manfaat diantaranya 1) Menjangkau pasar yang lebih luas; 2) Meminimalisir hilangnya target pasar; 3) Pengelolaan

menjadi lebih profesional; 4) Biaya operasional bias ditekan; dan 5) Anggaran pemasaran dapat diatur sesuai kebutuhan (BusinessNews 2021). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022 sebanyak 20,39% bagian penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum pada kategori jenis usaha (Statistika 2023).

UMKM adalah usaha yang dijalankan oleh masyarakat setempat, menggunakan sumber daya yang ada di daerah tersebut, dan menyerap tenaga kerja dari masyarakat. (Soebandhi, Ariska, and Purwitasari 2022) UMKM memiliki skala yang kecil dan tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Hal ini menjadikan UMKM sebagai penggerak perekonomian di daerah-daerah tersebut dan tentu juga menjadi penggerak perekonomian Indonesia (Sony Hendra Permana 2017) Pemasaran UMKM saat ini masih dilakukan secara konvensional, yaitu dengan menjual langsung kepada pembeli dan menjual ke pasar secara langsung. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman pelaku UMKM tentang teknologi, terutama internet. Masalah dasar yang dihadapi oleh UMKM adalah sebagian besar pelaku UMKM adalah wanita usia sedang hingga tua yang belum memahami tentang internet. Oleh karena itu, mereka tidak mengetahui apa itu pemasaran online (e-commerce). Bahkan, jika ada segelintir pelaku UMKM yang mengetahui tentang pemasaran online, mereka akan menyerah karena kurangnya pembinaan secara terpadu tentang pemasaran online.

Pengabdian ini bertujuan untuk melatih pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya dengan e-commerce. Pelatihan ini akan membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk berjualan secara online, sehingga mereka dapat meluaskan pasar baik di lokal maupun di nasional.

METODE PELAKSANAAN

Secara umum, proses pelaksanaan pembuatan akun e-commerce ini diadakan di Desa Pabean Kec. Dringu Kab. Probolinggo. Sosialisasi dan pendidikan masyarakat adalah metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Di Desa Pabean, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo, terdapat UMKM makanan ringan yang menerima manfaat dari penyuluhan dan informasi tentang manfaat pemasaran online (e-commerce).

Penyuluhan tentang pemasaran online yang diberikan kepada pelaku UMKM makanan ringan di Desa Pabean, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo bertujuan untuk memberi tahu mereka bahwa metode pemasaran yang mereka gunakan saat ini masih belum mumpuni untuk meningkatkan penjualan bahan dan produk yang mereka tawarkan. Dengan melakukan pemasaran melalui media online para Pelaku UMKM Desa Pabean mendapatkan banyak manfaat karena makanan ringan tidak mudah basi, mudah dikemas, dan ringan, mereka dapat menghemat biaya pengiriman. Oleh karena itu, harus dilakukannya upaya untuk meningkatkan penjualan dengan memasarkan produk secara online. Dengan demikian, produk dapat didistribusikan dengan mudah dengan biaya, waktu, dan tenaga yang relatif rendah. Metode yang dilakukan dalam menjalankan kegiatan memajukan UMKM Desa Pabean yaitu:

1. Survei awal tentang penggunaan akun e-commerce sebagai media dagang virtual, dokumentasi produk, lokasi, dan harga jual serta melakukan sosialisasi mengenai penggunaan akun e-commerce dengan metode yang sederhana
2. Membuat gambar atau video produk menarik untuk dipasang di katalog e-commerce
3. Pembuatan email satu arah untuk mengakses akun dagang virtual Shopee dan Instagram
4. Membuat akun e-commerce seperti Shopee dan Instagram
5. Pengunggahan produk, deskripsi, foto, harga, lokasi ekspedisi, pengaturan akun virtual dan pembuatan iklan
6. Memberikan sosialisasi kepada mitra UMKM untuk menggunakan akun dagang virtual
7. Melakukan Monitor kepada mitra UMKM secara rutin agar dapat berkembang

Proses penyadaran pelaku UMKM makanan ringan di Desa Pabean adalah kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran bahwa pemasaran online akan lebih mudah dilakukan. Menginformasikan platform yang sesuai dengan kemampuan pengoperasian pelaku usaha biasa atau yang tertarik untuk menggunakan teknologi berbasis pemasaran memungkinkan penggunaan aplikasi e-commerce. memberikan penjelasan tentang pengoperasiannya, termasuk kemudahan dan kelemahan, sehingga platform yang dipilih dapat dimaksimalkan di masa depan. Metode yang digunakan termasuk memberikan instruksi, memberikan informasi tentang manfaat pemasaran online (e-commerce), materi untuk digunakan, cara mengatasi hambatan, dan keuntungan bagi pelaku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang dilakukan oleh Kelompok II KKNT MBKM Periode II Tahun 2023 dalam pemanfaatan pemasaran digital dilakukan dalam beberapa tahap. Tahap pertama yaitu dengan melakukan survei ke beberapa UMKM di desa Pabean. Tahap kedua yaitu melakukan sosialisasi tentang pengertian dan penjelasan lebih lanjut mengapa pemasaran digital sangat penting. Lalu materi terkait cara pembuatan akun e-commerce Shopee dan cara pengoperasiannya.

1. Survei UMKM

Sebelum merancang dan melaksanakan kegiatan program kerja, kelompok II KKNT MBKM Periode II tahun 2023 melakukan survei ke beberapa pelaku UMKM di lingkup Desa Pabean. Survei ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana UMKM ini berjalan dan bagaimana UMKM ini memasarkan produknya. UMKM di desa Pabean kebanyakan menjual berbagai jajanan kering seperti keripik pisang, keripik sukun, basreng, kuping gajah, dan lain lain. Hasil yang didapat dalam survei ini yaitu informasi tentang masih banyaknya pelaku UMKM di Desa Pabean yang masih belum mengenal pemasaran digital dan belum memasarkan produknya di platform digital.

2. Sosialisasi Pemasaran Digital

Kelompok II KKNT MBKM Periode II tahun 2023 dan Pemerintah Desa Pabean mengadakan sosialisasi tentang pentingnya pemasaran digital bagi pelaku UMKM. Sosialisasi ini bertujuan untuk mengenalkan pemasaran digital dan meningkatkan kesadaran masyarakat terutama ke pelaku UMKM tentang pentingnya pemasaran digital. Materi sosialisasi yang

diberikan yaitu : Pengertian platform pemasaran digital beserta jenis jenisnya, Pentingnya pemasaran digital saat ini, serta cara pembuatan dan pengoperasian akun e-commerce Shopee. Kegiatan sosialisasi ini diadakan di Desa Pabean dengan mengundang para pelaku UMKM di desa Pabean. Para peserta sosialisasi mendapat banyak manfaat dari kegiatan ini, seperti menambah pengetahuan dan keterampilan, menambah area pemasaran, serta meningkatkan penjualan usaha mereka.

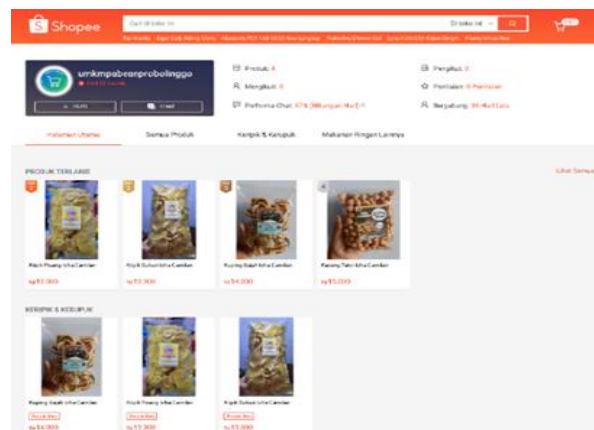
Melalui kegiatan sosialisasi ini, NyemilKuy, salah satu UMKM di Desa Pabean mengaku bahwa setelah mengikuti sosialisasi ini, ia dapat membuat dan mengoperasikan *online shop* untuk menjual produknya. NyemilKuy juga mulai menggunakan media sosial seperti Instagram, Whatsapp untuk mempromosikan usahanya. Melalui kegiatan sosialisasi pemasaran digital ini merupakan salah satu upaya pemerintah Desa Pabean dalam mendukung perkembangan ekonomi di desa Pabean. Harapannya melalui sosialisasi ini, para pelaku UMKM di desa Pabean dapat mengembangkan dan memasarkan produknya melalui *platform digital*.



Gambar 1. Sosialisasi pemasaran digital ke pelaku UMKM

3. Tahap - Tahap Pembuatan akun E-Commerce

Kelompok II KKN Tematik MBKM Periode II tahun 2023 membuat akun salah satu e-commerce terbesar di Indonesia yaitu Shopee. E-commerce yang dibuat menyajikan jajanan kering dari UMKM Pabean Probolinggo sebagai media dalam memperluas pasar. Konsumen dari luar daerah akan dengan mudah memesan tanpa perlu mendatangi ke tempat pelaku, sedangkan untuk konsumen dalam daerah dapat memesan dan dikirim dalam hari pemesanan juga. Gambar 1 merupakan tampilan e-commerce UMKM Pabean Probolinggo.



Gambar 3. Tampilan shopee UMKM Pabean Probolinggo

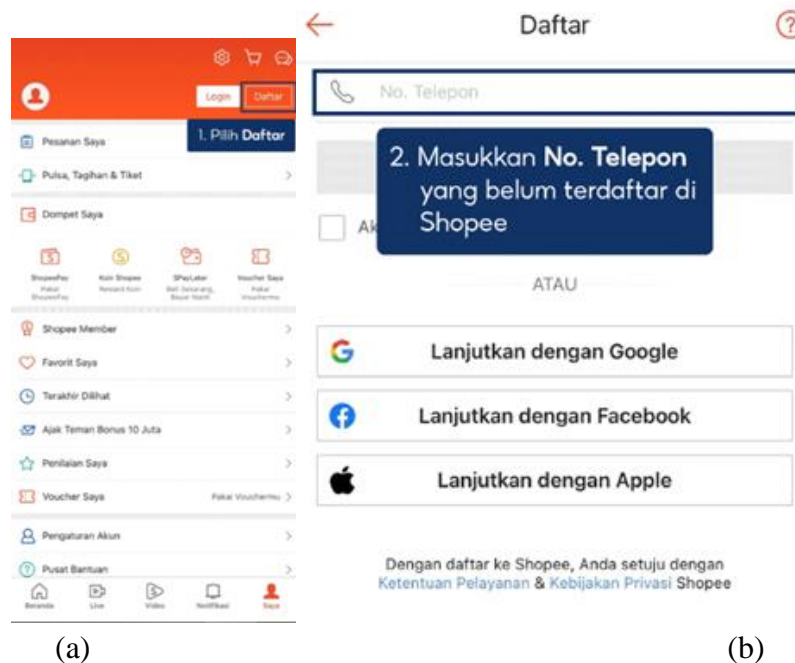
Shopee dapat digunakan oleh semua kalangan bahkan bagi orang – orang yang baru saja mengenal jejaring sosial sekalipun. Shopee telah sukses berkembang menjadi salah satu e-commerce yang populer dan personalisasinya semakin banyak digunakan sebagai strategi penjualan bagi penggunanya. Shopee merupakan e-commerce yang memiliki layanan bagi penggunanya untuk memposting foto, informasi, komentar, dan konten menarik lainnya. Dengan kelebihan dari Shopee sebagai media pemasaran, maka Kelompok II KKN Tematik MBKM Periode II Tahun 2023 dan UMKM Pabean Probolinggo memilih menggunakan Shopee sebagai salah satu media pemasaran dan promosi. Berikut proses pembuatan akun e-commerce shopee sebagai berikut:

1. Buka aplikasi Shopee

Langkah pertama dalam membuat akun Shopee yaitu download atau unduh aplikasi Shopee melalui Google Play Store atau App Store menggunakan handphone Anda, atau akses situs Shopee melalui <https://shopee.co.id/> atau Seller Centre menggunakan komputer/laptop.

2. Daftar akun

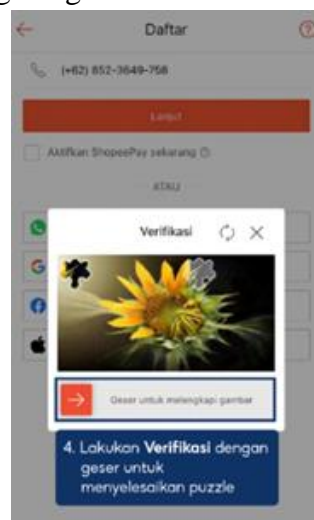
Pada bagian pendaftaran akun shopee, masukkan nomor telepon Whatsapp, nama, alamat email, password, tanggal lahir, dan jenis kelamin. Pengguna harus menggunakan nama akun.



Gambar 4. (a) Tampilan daftar akun shopee, (b) Tahap memasukkan nomor telepon dalam proses pendaftaran akun shopee

3. Tahap verifikasi

Tahap ini yaitu melakukan pemasangan puzzle sesuai dengan gambar 3.2, dalam tahap pemasangan puzzle perlu dipasang dengan benar.



Gambar 5. Verifikasi puzzle

4. Memasukkan kode verifikasi (OTP)

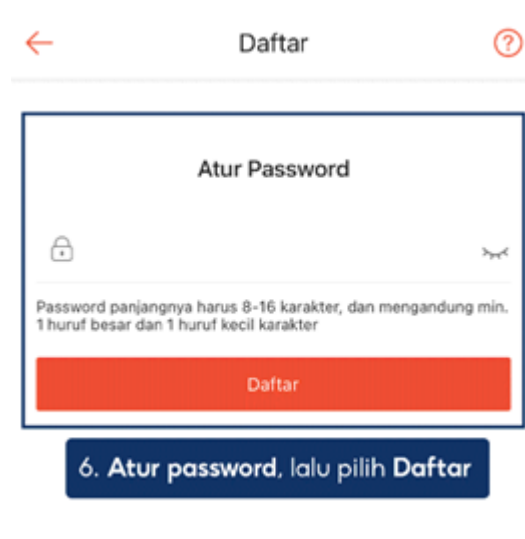
Dalam memasukkan kode verifikasi perlu mengecek kode yang dikirim ke nomor telepon, memasukkan kode verifikasi sebanyak 6 angka, pastikan sesuai dengan kode yang dikirim oleh shopee.



Gambar 2. 4 Memasukkan kode OTP

5. Atur kata sandi

Dalam tahap ini, perlu membuat kata sandi akun sebagai keamanan akun, pastikan membuat kata sandi yang aman dan mudah diingat. Tahap selanjutnya klik ‘daftar’. Akun shopee dapat digunakan.



Gambar 6. Mengatur password

Dalam melakukan penjualan di e-commerce perlunya untuk mempersiapkan tampilan akun penjualan. Berikut merupakan langkah – langkah dalam pembuatan tampilan penjualan sebagai berikut:

1. Mendaftar toko

Pada tahap ini, perlunya memasukkan informasi UMKM Pabean Probolinggo sebagai profil toko. Informasi toko berisikan nama toko, alamat toko, email, dan nomor telepon.

2. Mengatur jasa kirim

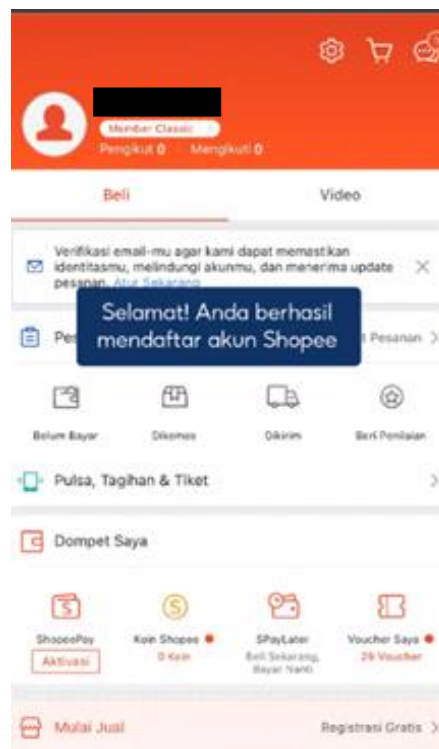
Pada tahap ini, memilih jenis jasa kirim seperti jenis regular, hemat, kargo, next day, ambil di tempat, dan jasa kirim lainnya.

3. Upload daftar produk

Tahap upload daftar produk merupakan tahapan untuk mengupload jenis-jenis jajanan kering yang akan dijual oleh UMKM Pabean Probolinggo, mulai dari foto, video, dan deskripsi produk.

4. Memasukkan rekening bank

Tambahkan rekening bank Anda untuk menarik dana penghasilan dari saldo penjual. Pembayaran pesanan akan dilepaskan ke saldo penjual setelah pesanan selesai. Untuk melihat rincian biaya transaksi pesanan (seperti: ongkos kirim, voucher, Koin Shopee, dll) dapat melakukannya di Penghasilan Saya.



Gambar 7. Tampilan akun penjualan shopee

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan oleh kelompok II KKNT MBKM Periode II tahun 2023 yaitu berupa sosialisasi tentang pemasaran digital dan pentingnya memasarkan produk dalam platform digital, serta menjelaskan tahapan pembuatan akun dan pengoperasian akun e-commerce, kegiatan ini membuahkan hasil berupa pelaku UMKM dapat mengoperasikan akun e-commerce Shopee. Melalui kegiatan ini, UMKM di Desa Pabean dapat bersaing dengan UMKM lain serta dapat memperluas jangkauan konsumen. Setelah diadakan sosialisasi dan penyerahan akun Shopee ini, agar dapat terus berkembang dan berkelanjutan, maka perlu diadakannya pemantauan pengoperasian e-commerce UMKM Desa Pabean ini

DAFTAR PUSTAKA

- BusinessNews. 2021. “7 Alasan UMKM Harus Go Digital Agar Bisnisnya Berkembang.” <https://businessnews.co.id/2021/08/26/7-alasan-umkm-harus-go-digital-agar-bisnisnya-berkembang/>.
- 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>.
- Riswandi. 2019. “Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 13(April): 15–38.
- Sasana Digital. 2023. “Ide Bisnis Digital Tahun 2023.” <https://sasanadigital.com/bisnis-digital/>.
- Satrio, D. 2021. “Upaya Peningkatan Minat Pemasaran Online (E-Commerce) Untuk Pelaku Umkm Makanan Ringan Di Kabupaten Batang.” *Indonesian Journal Of Community Service* 2666: 259–68. <http://ijocs.rcipublisher.org/index.php/ijocs/article/view/54>.
- Sinapoy, A S, and K Y S Putri. 2021. “Pengaruh Penggunaan Ponsel Berlebih Terhadap Perubahan Sikap Remaja Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.” *Jurnal Common* 5. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/download/3169/2893>.
- Soebandhi, S, R A Ariska, and F Purwitasari. 2022. “Perluasan Pangsa Pasar Dengan Menggunakan Metode Pemasaran Digital Pada Asosiasi UMKM Amangtiwi.” *Jurnal Abdimas* 26(2): 230–34. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/abdimas/article/view/38291%0Ahttps://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/abdimas/article/download/38291/13809>.
- Sony Hendra Permana. 2017. “STRATEGI PENINGKATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA Strategy of Enhancement on the Small and Medium-Sized Enterprises (SMES) in Indonesia Sony Hendra Permana.” *Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Indonesia*: 1–11. <http://news.detik.com/>.
- Statistika, Badan Pusat. 2023. “ECommerce 2022/2023 01.” <https://www.bps.go.id/>.