

PKM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DENGAN E-COMMERCE DISAAT PANDEMI COVID 19

PKM INCREASING UMKM SALES WITH E-COMMERCE DURING THE COVID 19 PANDEMIC

Eri Mardiani^{1*}, Nur Rahmansyah², Sari Ningsih³

¹(Program Studi Informatika, FTKI, Universitas Nasional, Indonesia)

²(Program Studi Animasi Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia),

³(Program Studi Sistem Informasi, FTKI, Universitas Nasional, Indonesia)

¹erimardiani1@gmail.com, ²nur_rahmansyah@polimedia.ac.id, ³lectures.sariningsih@gmail.com

Abstrak. Pengabdian masyarakat ini memberikan motivasi bagi masyarakat yang putus sekolah agar dapat melakukan penguatan daya beli produk Usaha Kecil Menengah, salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) melalui penerapan toko online dan pengarahan cara penggunaannya menggunakan teknologi informasi bagi anak-anak putus sekolah sehingga dapat meningkatkan kemandirian ekonomi guna meningkatkan penggunaan teknologi informasi dan internet menggunakan kegiatan pemasaran secara umum. Topik yang diangkat adalah peningkatan pelayanan penjualan, pemasaran, pemesanan produk dari konsumen. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini agar Anak-anak putus sekolah dapat mengikuti kegiatan penerapan E-Commerce berbasis Web dengan baik melalui bimbingan fasilitator. Dengan PKM ini dapat memberikan kesempatan bagi dinas/instansi terkait agar anak-anak putus sekolah masih diberikan pendampingan untuk mendapatkan akses pendidikan dasar diiringi peningkatan ekonomi mereka sehari-hari.

Kata Kunci : Covid19, e-commerce, mobile, maps

Abstract. This community service provides motivation for people who have dropped out of school to be able to strengthen the purchasing power of Small and Medium Enterprises, one of the Small and Medium Enterprises (SMEs) through the application of online stores and guidance on how to use information technology for dropouts so that they can increase their independence, economy in order to increase the use of information technology and the internet using marketing activities in general. The topics raised were improving sales, marketing and product ordering services from consumers. The purpose of this community service activity is so that out-of-school children can participate in Web-based E-commerce implementation activities properly through the guidance of facilitators. With this PKM, it can provide an opportunity for the relevant agencies/agencies so that out-of-school children are still given assistance to get access to basic education accompanied by their daily economic improvement

Keywords : Covid19, e-commerce, mobile, maps

PENDAHULUAN

Covid 19 berawal dari 2020 mengakibatkan tingkat ekonomi masyarakat di Indonesia semakin menurun dan menuju kemiskinan yang meningkat. Kondisi suatu keluarga yang seperti itu untuk menghadapi tekanan ekonomi yang sangat besar mengakibatkan keluarga untuk mendukung ekonomi membuat mempekerjakan anak-anaknya untuk bertahan hidup. Pandemi Covid-19 meningkatkan risiko putus sekolah pada anak. Pada masa pandemi 2021-2022, angka putus sekolah tertinggi terjadi di jenjang SMP, yakni 15.042 anak. Angka ini

lebih tinggi dari tahun sebelumnya, yaitu 11.378 anak. Sementara itu, jumlah siswa SMK yang putus sekolah pada 2021 sebanyak 13.951 anak (Gandhawangi, 2022).

Pada Juni 2020, Bank Dunia memperkirakan sekitar tujuh juta siswa sekolah dasar hingga menengah terancam putus sekolah akibat pandemi. Adapun Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) memprediksi 24 juta siswa prasekolah hingga pendidikan tinggi putus sekolah. Masalah putus sekolah bukanlah masalah baru yang dihadapi oleh pemerintah. Tingginya angka siswa yang berhenti atau putus sekolah mengakibatkan bencana krisis ekonomi mendorong 90 hingga 117 juta anak ke dalam kemiskinan dan berdampak terhadap penerimaan murid di sekolah sampai berdampak terhadap banyaknya anak yang akan di tuntut untuk bekerja atau anak perempuan yang dipaksa menikah dini demi mengurangi beban keluarga mereka (Gandhawangi, 2022).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki porsi yang signifikan dalam menyumbang jumlah PDB Indonesia serta menyerap tenaga kerja (Afandy, 2010). Didik J Rachbini, seorang ekonom Indef menyatakan bahwa daya saing komoditas produk di Indonesia masih kurang. Hal tersebut dikarenakan kecenderungan Indonesia yang melempar barang ke pasar dalam keadaan mentah (Ghozali, 2011).

Lebih lanjut, dinyatakan pula bahwa campur tangan iptek dalam menyuntikan nilai tambah terhitung kecil, membuat produk lokal di Indonesia menjadi kurang kompetitif (Gangeshwer, 2013). Rendahnya jumlah konsumsi produk lokal tersebut kemudian akan berimbas pada menurunnya pendapatan pengusaha lokal, dalam hal ini UMKM yang kemudian akan menurunkan kontribusi UMKM terhadap PDB serta menurunkan pula serapan tenaga kerja dan meningkatnya angka pengangguran (Alimudin dan Sasono, 2015).

UMKM mempunyai peran penting dalam memajukan perekonomian Indonesia saat ini. Sebagai alternatif untuk memperluas lapangan kerja baru. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan UMKM adalah dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana promosi. Peluang yang besar atas pemanfaatan media internet sebagai sarana promosi ini adalah atas dasar data penggunaan internet di Indonesia (Pradipta, 2018).

Saat ini perilaku konsumen di kondisi pandemi dapat dilihat dengan konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian, salah satunya juga harus berdasarkan niat pembelian. Niat pembelian dipengaruhi oleh persepsi manfaat, resiko dan kepercayaan

terhadap toko tersebut. Konsumen akan lebih mungkin terlibat dalam pembelian melalui Internet ketika resiko dirasakan rendah, manfaat dirasakan adalah tinggi dan ketika kepercayaan tinggi (efek langsung) maka kepercayaan para konsumen terhadap penjual juga akan meningkatkan niatnya untuk membeli secara tidak langsung (Mardiani, 2020).

Menurut Mulyadi (2001), dalam dunia bisnis, pemanfaatan teknologi informasi menyebabkan perubahan yang luar biasa dalam persaingan, produksi, pemasaran, pengelolaan SDM, penanganan transaksi pertukaran antara perusahaan dengan customernya dan dengan perusahaan lain. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) telah mengumumkan hasil survei Data Statistik Pengguna Internet Indonesia tahun 2016 (Matondang, 2018).

Dari hasil survei pada pelaku UMKM di Jl. H. Ko'on, No.10, RT.4/RW.8, Lb. Bulus, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12440, diketahui dimana pelaku UMKM tidak memanfaatkan telepon seluler serta akses internet yang mereka miliki untuk memajukan usahanya.

Untuk permasalahan yang muncul maka perlu diadakannya Pelatihan dan pendampingan penguatan UMKM, Pelatihan dan pendampingan peningkatan kualitas produk, harga dan kemasan, Pelatihan dan pendampingan pemanfaatan telepon seluler dalam memperbaiki kelembagaan/organiasi dan kualitas, serta Pelatihan dan pendampingan kegiatan promosi serta menggunakan pemasaran media sosial berbasis maps mobile sebagai wadah promosi, karena banyak sekali manfaat yang bisa digunakan dengan menggunakan maps, banyak fasilitas yang diberikan google salah satunya chat antara pemilik dengan konsumen, selain itu pemilik bisa memberikan informasi jam buka, dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen dengan foto yang di pasang, selain lokasi yang dapat dilihat dan rute yang bisa ditempuh dari maps dan bisa dilakukan pemesanan via Goshop atau tokopedia.

METODOLOGI

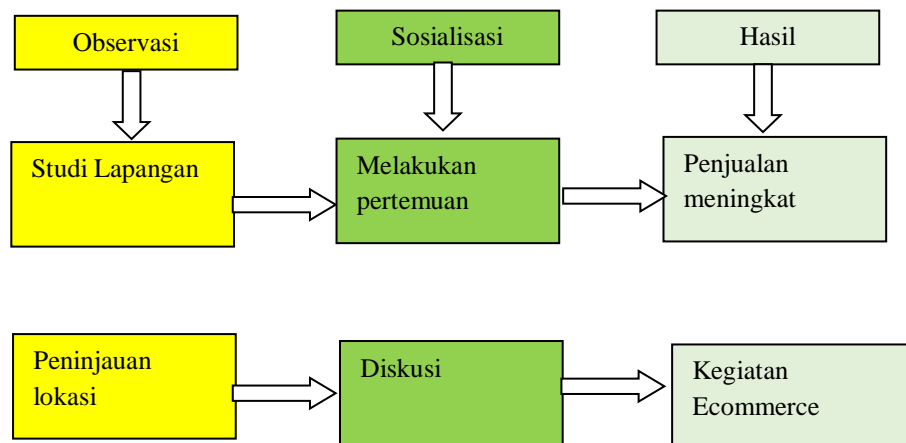
Kegiatan dilaksanakan pada anak putus sekolah pada 29 Desember 2021 di Jl. H. Ko'on, No.10, RT.4/RW.8, Lb. Bulus, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12440. Dampak pandemi membuat banyak anak putus sekolah yang tidak bisa melanjutkan pendidikan dikarenakan orang tua mereka berhenti, untuk membantu meningkatkan kemampuan ekonomi keluarga, banyak anak yang putus sekolah bekerja

untuk membantu perekonomian keluarga, untuk membantu anak putus sekolah yang berniat kembali sekolah dengan mendapatkan pemasukan melalui peningkatan ekonomi keluarga maka diperlukan pengembangan penjualan produk yang dimiliki yaitu makanan kuliner Siomay dan Batagor.

Secara teknis kegiatan dilakukan sebagai berikut: 1. Melakukan studi lapangan dengan melakukan peninjauan lokasi, 2. Tindakan dengan melakukan pertemuan dengan perangkat RT serta warga sekitar sebagai langkah menyampaikan ide dan rencana kegiatan

3. Melakukan persiapan untuk mendukung kegiatan

Berikut ini pendekatan skema metode kegiatan sebagai berikut:



Figur 1. Skema Metode Pelaksanaan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan perilaku ekonomi dapat meningkatkan kesejahteraan dan menurut Purwanti (2010) kesejahteraan masyarakat dapat dilihat dari kegiatan ekonomi rumah tangga dalam memenuhi kehidupan sehari-hari dalam jangka panjang. Unit Kegiatan Masyarakat Anak Putus Sekolah yang tinggal di Jl. H. Ko'on, No.10, RT.4/RW.8, Lb. Bulus, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan. Untuk mencapai keinginan melanjutkan sekolah maka untuk meningkatkan ekonomi keluarga, maka produk yang dijual adalah makanan kuliner Siomay dan Batagor.



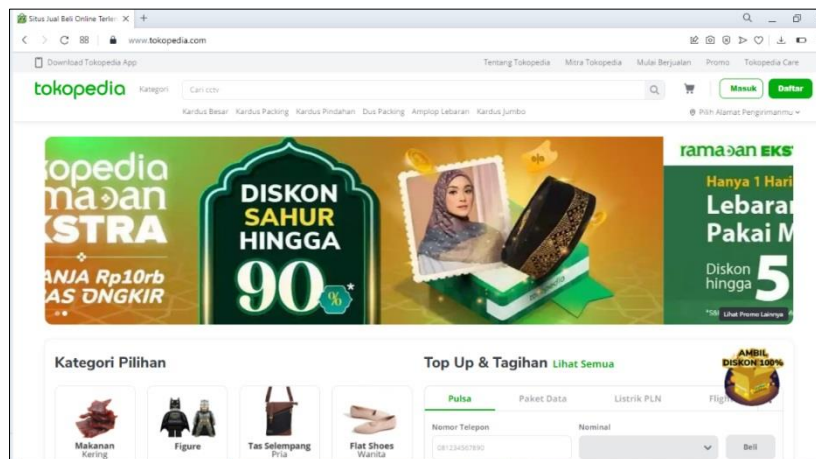
Figur 2. Objek Mitra

Pada pelaksanaan ini kami melakukan peliputan untuk bukti pengabdian masyarakat, dan video di publish di youtube yaitu dilink <https://youtu.be/hXdg0BqlU8c>, untuk membuktikan kegiatan pengabdian masyarakat kami dan materi yang disampaikan bertujuan untuk menambah wawasan para UMKM terhadap manfaat penggunaan sarana toko online dan Google Maps dan link maps yang dibuat yaitu <https://goo.gl/maps/G7K36V6mYdUVtjRy8>, Jl. H. Ko'on, Lb. Bulus, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta yang berguna untuk dapat memasarkan produk yang dijual oleh UMKM. Pada pelaksanaan kegiatan ada beberapa materi yang disampaikan yang berhubungan dengan toko online. Dengan menggunakan toko online maka UMKM mendapatkan keuntungan yaitu:

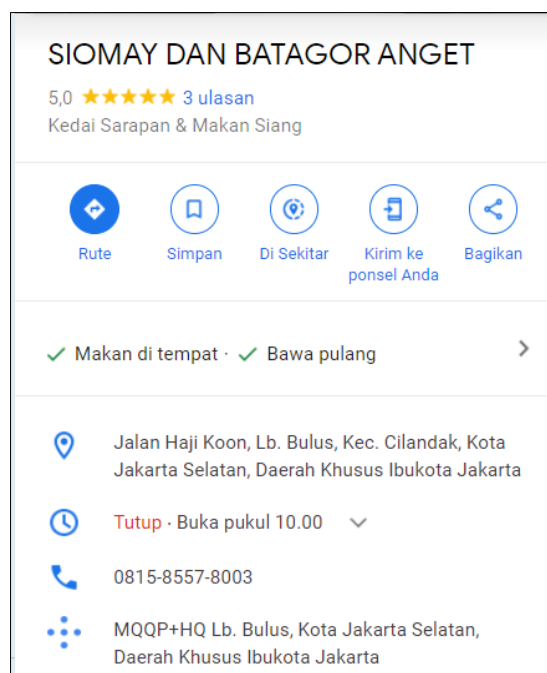
1. Dapat meningkatkan pangsa pasar
2. Menekan biaya operasional
3. Meningkatkan jangkauan pembeli
4. Meningkatkan kepercayaan pembeli
5. Meningkatkan supply management

Pada pembahasan ini UMKM dikenalkan pembuatan gerai online sebagai salah satu media yang dapat digunakan untuk menjual produk sehingga masyarakat secara umum dapat melakukan transaksi pembelian secara online. Pembahasan yang diperkenalkan ke UMKM yaitu cara melakukan registrasi serta cara membuka toko secara gratis. Berikut contoh gerai online yang memanfaatkan e-commerce sebagai media promosi online dengan menggunakan Tokopedia dan untuk mendukung lokasi lebih mudah dikenal publik pembuatan lokasi di Google Maps juga diperlukan karena memudahkan pembeli untuk bertransaksi.

Pengenalan gerai online yang diberikan salah satunya adalah tokopedia.com, gojek.com dengan menggunakan fasilitas maps, sehingga fungsi dari gojek yang digunakan adalah goshop, melalui media ini peserta dapat membuka toko secara gratis dan dapat menggunakan fasilitas yang diberikan oleh google maps dan tokopedia.



Figur 2. Halaman depan tokopedia.com

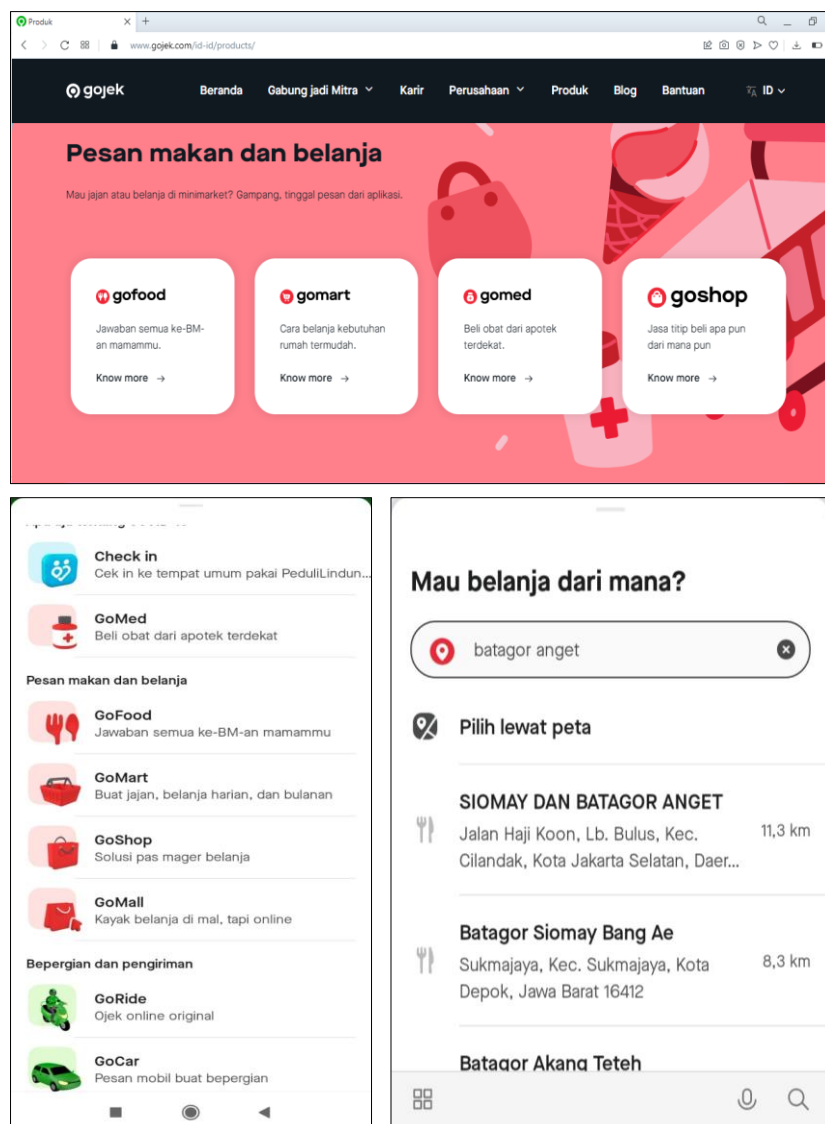


Figur 3. Maps <https://goo.gl/maps/G7K36V6mYdUVtjRy8>

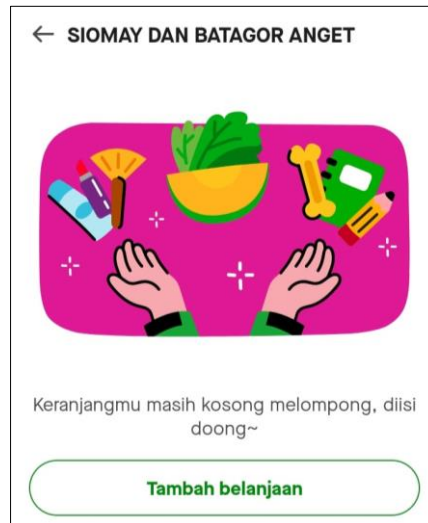
Cara pemesanan online untuk pembeli dilakukan dengan cara melakukan proses berikut ini

1. mencari link maps yaitu <https://goo.gl/maps/G7K36V6mYdUVtjRy8> seperti di Figure 3
2. kemudian membuka akun gojek seperti pada figure 4 kemudian memilih Goshop

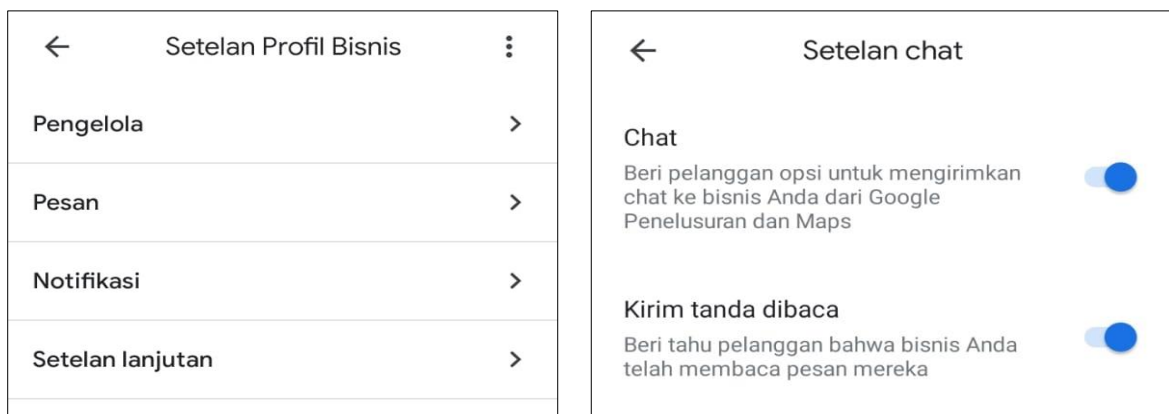
3. setelah mendapatkan titik lokasi melakukan pemesanan secara online, dan memberikan pesan melalui chat kepada penjual bisa dilihat figure 6, sehingga penjual menyiapkan barang yang akan diambil driver gojek
4. Driver gojek datang ke lokasi untuk mengambil order pesanan pembeli dan menalangi pembayaran yang dilakukan pembeli
5. setelah barang sampai ditempat pembeli, pembeli membayar order pesanan dan ongkos driver gojek



Figur 4. Halaman Gojek dengan Goshop Mobile



Figur 5. Halaman Pemesanan Dengan Goshop Mobile



Figur 6. Fasilitas Chat di Google Maps



Figur 7. Cover dan Link Video di Youtube <https://youtu.be/hXdg0BqIU8c>

Capaian yang didapat adalah, anak putus sekolah ini dapat meningkatkan penjualan dengan baik, tidak hanya menunggu pembeli atau pelanggan dari tempat namun penjualan yang datang bisa didapatkan melalui penjualan online dengan menggunakan fasilitas google maps, dengan menggunakan google maps order penjualan didapat mulai dari acara pesta ulang tahun, acara arisan dengan order yang didapat lebih dari 50, sehingga peningkatan omset penjual semakin baik, ini dapat dilihat dari penjual bisa mengganti gerobak menjadi lebih baik. Fitur-fitur penjualan secara online menggunakan goshop, penjual tidak harus mendaftar akun ke Gojek, mereka hanya mengandalkan map, dengan fasilitas ini memberikan kemudahan bagi penjual.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pembuatan e-Commerce yang telah dilakukan memberikan kemudahan kepada pengguna untuk menampilkan produk yang dihasilkan Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). e-Commerce ini menampilkan iklan produk UKM secara online, serta dapat diakses dengan internet, artinya aplikasi e-Commerce berbasis mobile web dan google maps dapat di akses kapan saja dimana saja untuk melakukan transaksi ketersediaan barang yang akan dipasarkan. Penerapan aplikasi e-Commerce untuk UMKM dengan memberikan pengarahan untuk melakukan pengolahan aplikasi, menambah dan mengubah produk sehingga UMKM dapat mandiri menggunakan aplikasi e-Commerce serta dapat meningkatkan pemasaran produk secara global dan tak terikat waktu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada UKM yang telah bersedia menjadi Mitra Pengabdian Universitas Nasional dan Politeknik Negeri Media Kreatif dan memberikan kesempatan kepada tim pengabdian untuk memberikan pelatihan e-commerce sehingga UKM mendapatkan kemudahan dalam memasarkan produk. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu pengabdian masyarakat ini.

REFERENSI

Afandy, A. (2010). *Perencanaan Portofolio Aplikasi mendatang Berdasarkan Strategi Bisnis PT. Krakatau Industrial Estate Cilegon Unit Otonom Krakatau Steel Building Management*. Surabaya: Penelitian tidak diterbitkan

- Febriyantoro, M. T., dan Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62-67.
- Gandhawangi, S. (2022). <https://www.kompas.id/baca/dikbud/2022/02/28/tematis-putus-sekolah-masalah-ekonomi-hingga-minimnya-bimbingan-sebabkan-anak-putus-sekolah>
- Mardiani, E, Rahmansyah, N, Al Rizky, F (2020). Perilaku Konsumen Terhadap E-commerce disaat pandemi covid 19 di Shop and Travel. *Jurnal Informatik: Jurnal Ilmu Komputer*, 16(3), 212-217.
- Mardiani, E, Rahmansyah, N., Kurniawan, H., Sensesuse, D.I., dan Jayanta. 2016. *Kumpulan Latihan SQL*, Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Matondang, N, Handayani, T., dan Sembiring, R. (2018), IBM Kerajinan Dompot Desa Girimukti, Lebak, Banten. Prosiding. Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat di UPN Veteran Jakarta, 1(1), 1-9.
- Nurmalasari, D. (2020). *7 Hal yang UKM Perlu Pahami untuk Meningkatkan Akses Pasar*. Retrieved from UKM Indonesia: <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/287>
- Purwanti, P. (2010). *Model Ekonomi Rumah Tangga Nelayan Skala Kecil*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Pradipta, Y.G. (2018). *Penggunaan Internet Sebagai Media Promosi UMKM Harmoni di Desa Kembangan Baki Sukoharjo*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

Diterima: 13 Juni 2022 | Disetujui : 28 Desember 2022 | Diterbitkan : 31 Desember 2022

How to Cite:

Mardiani, E., Rahmansyah, N., dan Ningsih, S. (2022). PKM Meningkatkan Penjualan UMKM Dengan E-Commerce Disaat Pandemi Covid 19. *Minda Baharu*, 6(2), 234-243. Doi. 10.33373/jmb.v6i2.4265