



E-COMMERCE SEBAGAI PEMAKSIMALAN PENJUALAN PRODUK USAHA UNTUK PENINGKATAN PEREKONOMIAN WIRAUSAHA MASYARAKAT DESA SAWANGAN SELAMA MASA NEW NORMAL

Oleh

Achmad Zaki Yamani¹, Nofrizaldi², Wahyu Adi Prabowo³

¹Program Studi Teknik Industri, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia

³Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia

E-mail: ¹zaki@ittelkom-pwt.ac.id, ²nofrizaldi@ittelkom-pwt.ac.id,

³wahyuadi@ittelkom-pwt.ac.id

Article History:

Received: 01-09-2021

Revised: 16-10-2021

Accepted: 28-10-2021

Keywords:

UMKM, BUMDes, E-Commerce

Abstract: Covid 19 telah membawa dampak yang buruk terhadap perekonomian yang ada di Desa Sawangan. Keterbatasan SDM yang memiliki kepedulian dan pengetahuan terhadap teknologi sehingga organisasi dari BUMDes menjadi salah satu masalah krusial yang sedang dihadapi. Padahal jika dilihat dari teori ekonomi, bahwa kecakapan manajerial sebuah unit usaha menjadi nafas untuk sebuah bisnis bisa berkembang dengan baik. Disisi yang lain BUMDes Desa Sawangan juga mengalami banyak keterbatasan selain SDM yang mumpuni, juga kesulitan menemukan potensi SDM yang aware terhadap teknologi yang bisa dijadikan core SDM dari unit usaha BUMDes Desa Sawangan tersebut. Berlatar belakang permasalahan BUMDes yang ada di Desa Sawangan tersebut maka pengabdian masyarakat ini terfokus dan menitikberatkan pada peningkatan keahlian pada strategi pemasaran dengan menggunakan e-commerce selama masa new normal ini.

PENDAHULUAN

Terbitnya UU No 6 Tahun 2014 Tentang Desa dan Bumdes[1], Pembangunan infrastruktur dan pembangunan sumber daya manusia tengah diupayakan dengan serius oleh Desa Sawangan. Hal demikian diperkuat lagi dengan terbitnya Permendes No 4 Tahun 2015 tentang Badan Usaha Milik Desa yang memberikan pesan bahwa Pemerintah memberikan otoritas ke Desa untuk lebih berdaya dari sisi ekonomi [2].

Pada awal tahun 2022-2021 ini BUMdes telah mengalami masa-masa sulit dimana wabah telah memberikan dampak negative di sisi semua sektor. Dampak covid 19 telah menyebabkan penurunan aktivitas penjualan yang mengakibatkan terjadi penurunan ekonomi . Presiden Joko Widodo memperkenalkan istilah social distancing, yang berarti



menjaga jarak sosial, dimana kita diminta bekerja dari rumah, belajar dari rumah dan idabah di rumah [3]. Anjuran social distancing demi menghindari virus Corona yang lebih luas, sedikit banyak turut andil menurunkan aktivitas jual-beli di tengah masyarakat. Sejauh ini selama pandemi Covid 19 ini masih belum bisa memberikan dampak nyata terhadap perekonomian untuk masyarakat Desa Sawangan.

Keterbatasan SDM yang memiliki kepedulian dan pengetahuan mengelola BUMDes menjadi salah satu masalah krusial yang sedang dihadapi, apalagi kesiapan dalam menghadapi keutuhan perekonomian desa melalui BUMDes. Padahal jika dilihat dari teori ekonomi, bahwa kecakapan manajerial sebuah unit usaha menjadi nafas untuk sebuah bisnis bisa berkembang dengan baik.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi selama pandemi covid 19:

- Pelaku usaha masih menggunakan pemasaran strategi konvensional sehingga masih terbatas ruang lingkungannya
- Pelaku usaha minim terhadap cara untuk memasarkan produk secara online dan bertransaksi secara online
- Pelaku masih kesulitan untuk membuat usaha baru yang menarik

Untuk itu diperlukan solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra PKM ini yaitu dengan melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan keahlian dalam pemasaran serta melakukan kegiatan peningkatan usaha baru dengan melakukan pelatihan ecoprint pada masyarakat

Solusi

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, UMKM mengalami penurunan penjualan sebagai dampak dari pandemi Covid-19. Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah ini adalah memberikan penyuluhan terutama dalam menerapkan strategi ekonomi industry, industri kreatif serta strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi pandemi Covid-19. Yang secara ringkas dapat di lihat pada tabel 1

No	Permasalahan	Solusi
1	Kurangnya pemahaman manajerial terhadap hasil produk yang dihasilkan oleh desa	Memberikan pengetahuan terhadap strategi manajemen industri terhadap hasil produk BUMDes
2	Desain produk hasil BUMDes yang belum menyentuh consumer, sehingga kurang adanya <i>point of selling</i>	Memberikan pengetahuan dan praktek terhadap desain produk
3	Trend Penjualan produk yang menurun semasa pandemi covid 19	Memberikan pengetahuan dan praktek terhadap penjualan dari segi industri dan IT terhadap <i>e-commerce</i>

Strategi industri kreatif dan pemasaran adalah penetapan kebijakan dan penentuan rencana, tujuan dan sasaran yang dilakukan untuk mencapai hasil akhir yang diharapkan dengan cara meneliti kebutuhan dan konsumen, menghasilkan barang dan jasa, menentukan tingkat harga, mempromosikan produk dan mendistribusikan produk ke tempat konsumen. Strategi pemasaran terdiri dari prinsip-prinsip dasar yang mendasari manajemen untuk mencapai tujuan bisnis dan pemasarannya dalam sebuah pasar sasaran, strategi pemasaran

mengandung keputusan dasar tentang pemasaran, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran [4] yang dapat dilihat pada gambar 2



Gambar 1 strategi pemasaran

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat tentang pendampingan BUMDes Desa Sawangan dengan memaksimalkan strategi industry, desain produk dan industry e-commerce ini akan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, artinya target luaran yang bisa diukur selain dari semakin meningkatnya pengetahuan pengelola BUMDes mengenai manajemen penjualan serta pemasaran produk-produk BUMDes yang lebih baik dan berdampak langsung untuk kesejahteraan masyarakat khususnya perekonomian keluarga di desa sawangan.

1. Tahapan

Rencana pengabdian masyarakat di BUMDes Desa Sawangan ini akan dilaksanakan dengan sistematika pelaksanaan sebagai berikut :

- 1) kegiatan sosialisasi ke perangkat desa serta tokoh masyarakat Desa Sawangan
- 2) Melaksanakan pemetaan potensi Desa Sawangan dalam menunjang proses kegiatan *e-commerce*
- 3) Merencanakan kegiatan bersama masyarakat untuk melakukan pelatihan *e-commerce*
- 4) Melaksanakan pelatihan dan pendampingan proses *e-commerce* dan strategi pemasaran



2. Partisipasi Mitra

Mitra dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah BUMDes Desa Sawangan yang akan berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini, adapun bentuk kontribusinya adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai penyedia tempat kegiatan pengabdian masyarakat.
- b. Sebagai mitra dalam pengalokasian anggaran untuk kegiatan pendampingan.
- c. Sebagai peserta pengabdian yang mengikuti seluruh kegiatan dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan.
- d. Sebagai mitra dalam proses evaluasi ketercapaian indikator program pendampingan masyarakat.

HASIL

Pelaksanaan yang telah dilakukan di desa Sawangan sebagai mitra yang akan dilibatkan dalam rencana pengabdian masyarakat ini merupakan perangkat Desa Sawangan, BUMDes, karang taruna, dan unsur-unsur penting di Desa lainnya, termasuk bermitra dengan pendamping desa yang secara tupoksi yang memang bertugas untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat di sebuah desa tertentu. Peran dan fungsi mitra sangat strategis dalam rangka menciptakan iklim dunia usaha melalui BUMDes Desa Sawangan sebagai trigger untuk memperbanyak tingkat partisipasi masyarakat dalam upaya untuk membangkitkan pengetahuan tentang Teknologi Informasi, Pengembangan Industri dan kreativitas BUMDes Desa Sawangan, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat Desa secara umum. Sementara peran tim pengabdian masyarakat IT Telkom Purwokerto lebih pada upaya meningkatkan skill dan kompetensi dalam pengembangan pengetahuan strategi industry, pemasaran, desain dan teknologi IT melalui *e-commerce*.

Pelaksanaan yang berfokus pada terciptanya lingkungan usaha yang dinamis merupakan salah satu bagian dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah diselenggarakan ini. Kegiatan pertama tim PKM memberikan pengetahuan terhadap strategi manajemen industry terhadap hasil produk yang telah dihasilkan oleh BUMDES. Dari kegiatan ini para peserta dapat memahami pentingnya sebuah strategi manajemen industry dari produk-produk bumdes yang telah ada. Kegiatan kedua adalah dengan memberikan pengetahuan dan praktek terhadap desain produk. Untuk kegiatan ini tim PKM memberikan teknik olah ecoprint. Teknik ecoprint merupakan Teknik olahan cetak alami yang digunakan pada kertas baju maupun media lainnya dengan menggunakan bahan cetak tanaman. Material ini mudah ditemukan di rumah-rumah maupun lingkungan sekitar sehingga mempermudah para pemakainya untuk di terapkan pada ecoprint ini. Kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 2. Kegiatan Teknik ecoprint

Hasil dari teknik ecoprint ini sebuah cetakan dari hasil serat-serat daun yang ditransfer pada media kain. Pola dari hasil Teknik ecoprint ini pun beragam sesuai dengan daun-daun yang dijadikan media ecoprint, yang dapat dilihat pada gambar 2



Gambar 3. Hasil ecoprint

Pelaksanaan kegiatan yang terakhir adalah memberikan pengetahuan dan praktek terhadap penjualan dari segi industri dan IT terhadap *e-commerce*. Kegiatan ini merupakan kegiatan untuk memperkuat BUMDES untuk kegiatan pemasaran secara online. Tidak hanya mengajarkan cara untuk berjualan online tetapi dalam kegiatan ini tim PKM memberikan pemahaman terhadap karakteristik dari customer yang sedang dihadapi dalam melakukan kegiatan pemasaran produk, kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 4. Kegiatan pelatihan e-commerce

KESIMPULAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil pelaksanaan PKM ini diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Para peserta dapat memahami dan mempraktekkan kegiatan ecoprint
2. Para peserta mendapatkan ilmu baru terhadap manajemen produk
3. Para peserta dapat melakukan kegiatan e-commerce di internet
4. Para peserta dapat memahami pengetahuan tentang marketing

DAFTAR REFERENSI

- [1] S. Rizal, N. Zuriah, and A. Tinus, "IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 6 TAHUN 2014 TERHADAP PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PEMBANGUNAN DESA," *Jurnal Civic Hukum*, vol. 4, no. 1, p. 41, 2019, doi: 10.22219/jch.v4i1.9887.
- [2] C. B. Ramadana and H. Ribawanto, "Keberadaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sebagai Penguat Ekonomi Desa," *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, vol. 1, no. 6, pp. 1068–1076, 2010.
- [3] D. Wuryandani, "Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pertumbuhan ekonomi Indonesia 2020 dan Solusinya," *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 2020.
- [4] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*. 2016.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN