



Peningkatan Penjualan Melalui *E-Commerce* Pada *Home Industry* di Desa Kertayasa Pangandaran

¹⁾Jajang Badruzaman, ²⁾Tedi Rustendi, ³⁾Pretisila Kartika Putri, ⁴⁾Tiara Pradani

¹⁾Program Studi Akuntansi

Universitas Siliwangi, Tasikmalaya, Indonesia

*Correspondence: E-mail: tiarapradani@unsil.ac.id

ABSTRACT

Rapidly developing technology has introduced new media connected to the Internet. The Internet is now necessary for global society because it makes it easier and faster to access the desired information. The Internet has also entered the business world and changed how products are marketed. However, many sellers still have not marketed their products via the Internet or, in this case, via E-commerce. To benefit the community, this service activity aims to provide learning and assistance in making sales in E-commerce to MSME partners in Kertayasa Village, Cijulang District, Pangandaran Regency, West Java Province. The Service Team will provide training on strategies to increase sales through E-commerce to MSME and home industry business actors in the area. By understanding and mastering the use of E-commerce to manage digital business, it is hoped that there will be an increase in sales for the people of Kertayasa Village. This is certainly expected to improve the welfare of the local community.

Teknologi yang berkembang pesat telah menghadirkan media baru yang terhubung dengan internet. Internet sekarang menjadi kebutuhan masyarakat global karena memudahkan dan mempercepat akses informasi yang diinginkan. Internet juga telah memasuki dunia bisnis dan mengubah cara pemasaran produk. Namun, masih banyak penjual yang belum memasarkan produknya melalui internet atau dalam hal ini adalah melalui E-commerce. Dalam rangka memberikan manfaat kepada masyarakat, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pembelajaran dan pendampingan dalam melakukan penjualan di E-commerce pada mitra UMKM di Desa Kertayasa, Kecamatan Cijulang, Kabupaten Pangandaran Provinsi Jawa Barat. Tim pengabdian akan memberikan pelatihan strategi peningkatan penjualan melalui E-commerce kepada pelaku usaha UMKM dan home industry di daerah tersebut. Dengan memahami dan menguasai penggunaan E-commerce untuk mengelola bisnis digital, diharapkan akan terjadi peningkatan penjualan masyarakat Desa Kertayasa. Hal ini tentu diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat..

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received: 20 Jan 2024

First Revised: 17 Feb 2024

Accepted: : 21 Maret 2024

First Available online : 31 Mei 2024

Publication Date : 31 Mei 2024

Keyword: Home Industry, SMEs, E-commerce

Kata Kunci : Industri Rumah Tangga, UMKM, E-commerce

1. PENDAHULUAN

Beberapa efek negatif terhadap pertumbuhan ekonomi dan bisnis di Indonesia terjadi akibat pandemi Covid-19. Salah satu kelompok bisnis yang terkena dampak pandemi ini adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sejak penerapan beberapa aturan oleh pemerintah setempat guna menekan penyebaran Covid-19, menurunnya pendapatan para pelaku UMKM sudah menjadi hal yang tidak dapat dihindari.

Dalam mendukung bangkitnya perekonomian pasca pandemi Covid-19, para pelaku usaha home industry dan sektor industri UMKM berperan sebagai penggerak perekonomian masyarakat. Pemerintah, baik di tingkat pusat maupun daerah, berupaya untuk mengembangkan UMKM sebagai cara untuk memberdayakan masyarakat melalui program-program yang telah dicanangkan. Hal ini juga sejalan dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2020 (Republik Indonesia, 2020).

Selama beberapa tahun terakhir, pemerintah telah berusaha untuk memperluas dukungan terhadap UMKM, karena sektor tersebut menjadi salah satu pilar penting bagi perekonomian Indonesia. Sektor UMKM turut menjadi tiang utama dalam perekonomian masyarakat di suatu wilayah (Indrawati, 2019). Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pemerintahan Kabupaten Pangandaran dengan tujuan untuk mendukung ambisi daerah dalam menuju wisata kelas dunia (Rustini et al., 2022). Oleh karena itu, peran UMKM diutamakan dalam setiap tahapan perencanaan pembangunan pemerintah setempat.

Walaupun peran UMKM di Kabupaten Pangandaran diutamakan dalam setiap tahapan pembangunan pemerintah setempat, hal ini tidak membuat UMKM di daerah tersebut mudah untuk melakukan penjualan produknya. Terbatasnya pengetahuan masyarakat dan tidak adanya pelatihan khusus dari pemerintah terkait dengan pemasaran digital menjadi salah satu penyebab penjualan produk sulit dilakukan. Selain itu menurut Sujai (2018), terdapat beberapa permasalahan yang kemudian timbul yaitu, (1) harga jual yang menurun karena produksi berlebihan; (2) pemasaran produk UMKM sulit dilakukan; (3) biaya hidup para pelaku UMKM terus meningkat. Pemasaran produk yang sulit dilakukan menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi UMKM di Kabupaten Pangandaran.

Teknologi yang berkembang pesat telah menghadirkan media baru yang terhubung dengan internet. Internet sekarang menjadi kebutuhan masyarakat global karena memudahkan dan mempercepat akses informasi yang diinginkan. Internet juga telah

memasuki dunia bisnis dan mengubah cara pemasaran produk. Pemasaran produk saat ini, tidak hanya dapat dilakukan dengan memanfaatkan peranan perdagangan secara offline saja. Perdagangan secara online atau yang biasa dikenal dengan nama E-commerce menjadi salah satu jawaban dalam menyelesaikan permasalahan mengenai pemasaran yang dihadapi UMKM di Kabupaten Pangandaran. Beberapa E-commerce yang populer di Indonesia yaitu, Tokopedia, shopee, Lazada, Bukalapak, Orami, dan yang terbaru adalah tiktok shop diharapkan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dengan akibat bahwa penjualan produk UMKM akan meningkat (Dihni, 2022).

Untuk menjawab salah satu permasalahan terkait dengan pemasaran produk UMKM Kabupaten Pangandaran khususnya di Desa Kertayasa yang menjadi mitra dari program pengabdian yang dilakukan oleh kelompok pengusul dari program studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi maka pelatihan peningkatan penjualan melalui E-commerce pada home industry di Desa Kertayasa Pangandaran perlu dilakukan. Program pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada bagaimana pelaku UMKM dapat bertahan di pasca pandemi dengan memahami strategi-strategi yang dapat meningkatkan kesejahteraan mereka melalui pemanfaatan teknologi sebagai sarana untuk melakukan pemasaran digital.

2. METODE

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian dibagi menjadi empat bentuk. Pertama, tim melakukan survei awal sekaligus mengidentifikasi permasalahan mitra. Setelah permasalahan diidentifikasi maka tahapan selanjutnya adalah melakukan analisis kebutuhan mitra. Kebutuhan telah dipersiapkan dan solusi juga sudah ditemukan, kegiatan dilanjutkan dengan melakukan pelatihan. Pelatihan dilakukan dengan tujuan meningkatkan keterampilan mitra dalam meningkatkan penjualan di E-commerce. Demonstrasi dilakukan untuk memberikan contoh kepada mitra mengenai tata cara menggunakan E-commerce untuk meningkatkan penjualan mereka. Kegiatan pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa mitra dapat mempraktikkan materi yang telah mitra dapatkan selama proses pelatihan. Hal terakhir yang dilakukan adalah evaluasi kegiatan untuk mengukur apakah tujuan telah tercapai.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rangkaian kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan di Desa Kertayasa, Kecamatan Cijulang, Kabupaten Pangandaran telah berjalan dengan baik dan mencapai hasil

Jajang Badruzaman, Tedi Rustendi, Pretisila Kartika Putri, Tiara Pradani, Peningkatan Penjualan Melalui E-Commerce Pada Home Industry di Desa Kertayasa Pangandaran | 32
yang sesuai dengan rencana tim pengabdian. Adapun kegiatan ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan sebagai berikut :

a. Survei Awal, Identifikasi Masalah, dan Analisis Kebutuhan

Kegiatan survei dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan secara mendalam mengenai permasalahan pada pelaku UMKM di Desa Kertayasa. Pelaku UMKM di Desa Kertayasa memiliki berbagai macam produk. Mayoritas produk UMKM yang dihasilkan adalah produk makanan olahan. Berbagai macam olahan makanan yang berasal dari bahan-bahan alami seperti singkong dan pisang cukup banyak dihasilkan di daerah ini. Pengolahan berbagai macam produk merupakan salah satu potensi yang berperan dalam perkembangan ekonomi daerah.



Gambar 1. Produk Olahan Makanan Desa Kertayasa

Desa Kertayasa masuk ke dalam daerah yang memiliki beberapa objek wisata di dalamnya. Produk olahan yang dihasilkan pelaku UMKM desa, banyak dipasarkan ke daerah sekitar objek wisata yang ada. Penjualan tatap muka menjadi cara utama yang dilakukan oleh pelaku UMKM Desa Kertayasa. Penjualan tatap muka menghasilkan omset yang cukup besar apabila terdapat hari libur panjang seperti libur semester atau libur hari raya. Namun, untuk hari biasa penjualan cukup stagnan dan tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Masalah muncul Ketika pandemi covid-19 melanda. Objek wisata di Kawasan tersebut

terpaksa tutup akibat kebijakan yang dikeluarkan pemerintah untuk mencegah penyebaran virus. Setelah era pandemi dilewati omset penjualan hanya bergantung pada penjualan tatap muka saja. Hal tersebut menjadi masalah bagi pelaku UMKM di Desa Kertayasa.

Tim pengabdian yang mengetahui masalah tersebut setelah berkunjung ke Desa Kertayasa dan menemui pelaku UMKM desa yang kemudian menjadi mitra kami, mencari jalan keluar mengenai solusi atas permasalahan yang terjadi. Solusi dari masalah tersebut adalah memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai penggunaan E-Commerce. Namun, sebelumnya tim juga berencana untuk memberikan pelatihan bagaimana menampilkan produk yang menarik untuk pembeli baik untuk kepentingan penjualan di *marketplace* maupun fitur *live shopping* di Instagram.

b. Perispan Kegiatan

Kegiatan persiapan dilakukan setelah melakukan survey awal dan menemukan solusi atas permasalahan mitra. Tim melakukan analisis atas kebutuhan dari mitra yang kemudian akan digunakan untuk pemberian pelatihan dan pendampingan. Kebutuhan yang dibutuhkan berupa alat untuk menampilkan produk di *marketplace* atau *live shopping*. Terdapat beberapa alat yang dibutuhkan dan akan digunakan dalam pelatihan dan pendampingan yaitu:



Gambar 2. Peralatan Penunjang Kegiatan

c. Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap ini tim melakukan pelatihan dan pendampingan dengan tujuan menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh mitra. Proses pelaksanaan kegiatan dimulai dengan mempersiapkan alat dan bahan yang ditunjukkan oleh Gambar 5.7. Tidak lupa juga tim menyerahkan buku saku yang berisi panduan yang berkaitan dengan materi hari ini. Kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh tim mengenai bagaimana pemanfaatan alat dan bahan yang telah disediakan sebelumnya. Kemudian mitra diwajibkan untuk mencoba bagaimana pemakaian alat dan bahan tersebut sehingga mereka mendapatkan hasil atau foto produk yang sesuai dan layak untuk ditampilkan di akun *marketplace* masing-masing. Setelah itu, kegiatan dilanjutkan dengan memberikan materi mengenai bagaimana cara memanfaatkan fitur live shopping sehingga pembeli menjadi tertarik untuk membeli produk mereka. Pelaksanaan kegiatan diakhiri dengan mencoba fitur live pada akun *marketplace* masing-masing. Berikut ini dokumentasi kegiatan pelaksanaan ini:



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan

d. Evaluasi kegiatan

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana mitra memahami pelatihan yang diberikan terutama terkait dengan penggunaan *marketplace* sebagai sarana penjualan produk mereka. Evaluasi ini juga bertujuan untuk menilai perkembangan mitra dari praktik yang telah dilakukan. Tim menggunakan kuesioner sebagai alat evaluasi, dan hasilnya menunjukan bahwa mitra telah meningkatkan kemampuan dalam menggunakan *marketplace* sebagai sarana penjualan produk mereka melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang diadakan oleh tim. Selain itu, tim juga memberikan dukungan penuh kepada mitra dalam mengembangkan kemampuan mereka.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian yang telah selesai dilakukan, dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut: 1. Tim telah memberikan alat yang diharapkan bisa dipakai untuk menghasilkan foto produk yang dapat meningkatkan daya saing penjualan di *marketplace* dan alat yang dapat digunakan sebagai penunjang kegiatan lain seperti pemanfaatan fitur live shopping. 2. Pelatihan diberikan kepada mitra dengan cara menyeluruh, mulai dari penjelasan materi, demonstrasi, hingga praktik langsung yang bertujuan untuk meingkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam pemasaran digital. 3. Pengambilan foto produk yang menarik dan pemanfaatan fitur live shopping di *marketplace* diharapkan akan meningkatkan daya saing produk UMKM Desa Kertayasa dan memperluas pemasarannya secara online. Tidak terbatas hanya pada penjualan konvensional secara langsung saja. 4. Mitra sangat antusias mengikuti kegiatan ini dan mereka berharap ada penambahan waktu dalam pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdian.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Dihni, V. A. (2022). Situs E-Commerce dengan Jumlah Pengunjung* Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022).
- Indrawati, S. (2019). Perlindungan Hukum Merek Pada Produk Usaha Kecil di Kabupaten Kebumen. *Amnesti Jurnal Hukum*, 1(1), 29–35.
- Republik Indonesia, P. *Perpres RI Nomor 82 Tahun 2020*. , Pub. L. No. 82, 22 (2020). Indonesia.
- Rustini, T., Arifin, M. H., Istianti, T., & Wahyuningsih, Y. (2022). Pelatihan digital marketing dengan pemanfaatan aplikasi bagi pelaku UMKM Kabupaten Pangandaran Di Masa Pandemi Covid-19. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*,

*Jajang Badruzaman, Tedi Rustendi, Pretisila Kartika Putri, Tiara Pradani, **Peningkatan Penjualan Melalui E-Commerce Pada Home Industry di Desa Kertayasa Pangandaran | 36***
3(2), 987–993.

Sujai, I. I. (2018). Analisis Faktor-faktor Penghambat Kesejahteraan Pengrajin Gula Semut di Desa Purbahayu Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4(3), 19–27.