

SOSIALISASI PEMBERDAYAAN UMKM BERBASIS E-COMMERCE DI SMAIT AN-NAAFI CISEENG, BOGOR

Lusi Andriyani¹, Syahrain Diova², Ifellyn Ramadhan Paku Sadewa³,
Sekar Puspita Sari⁴, Jamiati KN⁵, Sutanti⁶, Dinar Meidiana⁷

^{1,7}Program Studi Magister Ilmu Politik, FISIP, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

^{2,3,4}Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, FISIP, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

⁵Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

⁶Program Studi Ilmu Manajemen, FEB, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

* ¹Lusi.andriyani@umj.ac.id, ²syahraindiova2305@gmail.com, ³ifellynramadhan@gmail.com,
⁴sekarps2702@gmail.com, ⁵jamiati.kn@umj.ac.id

ABSTRAK

Pemberdayaan UMKM kepada remaja dan generasi muda di desa Kuripan Ciseeng menjadi alternative yang baik dalam mengembangkan optimalisasi penjualan UMKM di *marketplace*. Pasalnya, selain memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian *online* mitra juga akan mendapatkan keuntungan skala besar dengan hasil penjualan yang berkali-kali lipat melalui *e-Commerce*. Kegiatan ekonomi masyarakat desa Kuripan di topang oleh pertanian, perkebunan, dan perdagangan, terutama warung kebutuhan rumah tangga sehari-hari yang berskala kecil. Masyarakat desa Kuripan mempunyai produk unggulan tanaman seperti singkong, sayur-mayur, ternak ayam, ternak ikan lele, ikan hias, rengginang, renggining dan opak. Terdapat beberapa permasalahan yang dialami desa Kuripan dalam pengembangan UMKM, sehingga UMKM belum dapat berkembang secara maksimal terutama dari segi produksi dan pemasaran. Bahkan hasil pertanian masih dijual kepada tengkulak, sehingga hanya memberikan keuntungan sepihak. Secara umum, kondisi desa Kuripan memiliki posisi yang sangat strategis dalam jalur mobilisasi, sumber daya alam yang cukup potensial, sehingga diperlukan upaya yang signifikan dari pemerintah serta *stakeholder* dalam rangkaian membangun desa menjadi lebih baik. Dengan kepemimpinan kepala desa dan komitmen yang kuat dari seluruh masyarakat desa, maka dapat mencapai kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: pemberdayaan UMKM, e-Commerce, kesejahteraan masyarakat.

ABSTRACT

MSME empowerment for youth and the younger generation in Kuripan Ciseeng Village is a good alternative in developing optimization of MSME sales in the market. This is because, in addition to making it easier for consumers to make purchase transactions online, partners will also benefit massively by multiplying sales through e-commerce. The economic activities of the Kuripan village community are supported by agriculture, plantations, and trade, especially small-scale stalls for daily household needs. The Kuripan village community has superior plant products such as cassava, vegetables, chicken livestock, catfish livestock, ornamental fish, rengginang, renggining, and opak. There are several problems experienced by Kuripan village in the development, especially in terms of production and marketing. Even agricultural products are still sold to middlemen, thus only giving one-sided profits. In general, the condition of the village of Kuripan has a very strategic position in the mobilization route, natural resources are quite potential, so that significant efforts are needed from the government and stakeholders in a series of building a better village. With the leadership of the village head and strong commitment from the entire village community, community welfare can be achieved.

Keywords: MSME empowerment, e-Commerce, community welfare.

1. PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat dosen dan mahasiswa yang diselenggarakan tahun 2023 merupakan sarana dalam melatih serta merealisasikan keilmuan secara teori yang telah dipelajari mahasiswa selama masa perkuliahan di dalam kelas. Melalui pengabdian kepada masyarakat ini, mahasiswa dapat melihat, mengamati dan melakukan observasi terkait permasalahan yang ada di desa Kuripan, kecamatan Ciseeng kabupaten Bogor sebagai mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dituju. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, mahasiswa dapat membaaur lebih dekat lagi kepada masyarakat secara *random* melakukan pendekatan serta menganalisis kebutuhan serta hambatan seperti apa yang menjadi penghalang dalam proses mencapai kesejahteraan sosial dan keberfungsian sosial masyarakat atau mitra yang dituju.

Desa Kuripan Ciseeng menjadi salah satu target bagi mahasiswa UMJ dalam merealisasikan program pengabdian kepada masyarakat bersama dosen melalui program Kuliah Kerja Nyata. Desa Kuripan merupakan salah satu desa yang potensial dan memiliki keunggulan dalam bidang ekonomi khususnya UMKM. Sayangnya keunggulan bahkan objek yang dapat menjadi tumpuan desa dalam mengembangkan kualitas desa, masyarakat desa, dari segi intelektual, kemajuan teknologi dan ekonomi menjadi tidak optimal sebab kecilnya harapan mereka dalam mengadaptasi diri untuk memanfaatkan perkembangan zaman menjadi sarana dalam membangun diri dan perekonomian keluarga.

Menurut Lusi, et al (2023) dalam karyanya “Membranding Desa; Peta Jalan Menuju Kemandirian Desa” menyatakan bahwa secara umum kondisi desa Kuripan memiliki posisi yang strategis dalam jalur mobilisasi, sumber daya alam yang cukup potensial, sehingga diperlukan upaya yang signifikan dari pemerintah serta *stakeholder* dalam rangkaian membangun desa menjadi lebih baik.

Kenyataannya, desa Kuripan menjadi ladang pasar bahan pokok bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan

pangan. Dimulai dari lahan dan ladang perkebunan, ternak ayam, kambing dan sapi, ternak ikan lele juga ikan hias, serta penghasil cemilan yang dimodifikasi dari umbi-umbian berupa rengginang, renggining, opak, dan lain sebagainya yang diproduksi UMKM di desa Kuripan. Melalui potensi besar ini, mahasiswa UMJ dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat bersama dosen melalui program KKN-PKM sangat berharap pada kemajuan masyarakat desa untuk lebih terbuka terhadap perkembangan teknologi, salah satunya dalam upaya Pemberdayaan UMKM Berbasis *e-Commerce* melalui generasi muda atau remaja yang secara prakteknya lebih mudah dalam mengikuti dan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan media sosial dan sejenisnya.

Menurut survei Meisanti, et al. (2022) dalam “Membranding Desa; Peta Jalan Menuju Kemandirian Desa” menyatakan bahwa untuk pemerintah desa, kondisi beralihnya 90% lahan pertanian rakyat ke perusahaan-perusahaan sangat mengkhawatirkan. Dengan pesatnya pembangunan di desa Kuripan diperkirakan dalam beberapa tahun kedepan lahan-lahan tersebut semuanya sudah akan digunakan oleh perusahaan. Jika petani tidak lagi dapat bercocok tanam dibekas lahan miliknya maka akan banyak warga yang kehilangan sumber nafkah dan hal ini menjadi masalah sosial di desa.

Dalam Buku karya Lusi, dkk yang berjudul “Membranding Desa; Peta Jalan Menuju Kemandirian Desa” menyebutkan bahwa pemberdayaan masyarakat local (petani) dapat dilakukan dengan membangun sumber daya manusia. Dengan manusia yang berkualitas maka akan mampu mengembangkan usaha pertaniannya, mampu mengakses permodalan, mengakses pasar dan memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usaha pertanian. Menurut Arifin (2020) mengemukakan bahwa pembangunan manusia pertanian menjadi syarat perlu (*necessary conditions*) bagi pembangunan pertanian dan pangan ke depan. Akan tetapi, sekian syarat cukup (*sufficient conditions*) masih

amat dibutuhkan mengingat perubahan lingkungan yang bergerak demikian cepat. Hal ini sejalan dengan desa Kuripan yang mengalami perubahan sangat cepat di satu decade terakhir.

Latar belakang masyarakat desa Kuripan yang masih cenderung menolak perkembangan ditandai dengan pendidikan yang minim, pernikahan dini, sulitnya perekonomian, dan pemikiran yang cenderung terhambat dalam memerdekakan kehidupannya. Pasalnya, banyak sekali remaja yang seharusnya menghabiskan waktunya untuk menuntut ilmu, mencari relasi, serta melakukan hal yang menjadi *passion* dalam dirinya dalam menjemput takdir baik yang akan diraihinya dikemudian hari menjadi hal yang sulit terjadi. Hal ini disebabkan tamatan Sekolah Dasar (SD) menjadi standar pendidikan yang normal untuk kemudian melangsungkan pernikahan hingga pada fase remaja, justru dihabiskan dengan mengandung dan merawat anak. Dan melalui kondisi ini pula, perkembangan desa yang seharusnya di dukung oleh Karang Taruna yang dijalani oleh remaja desa menjadi tidak bergerak dan terhambat.

Mengenai Karang Taruna desa Kuripan pula, justru dihuni oleh Bapak dan Ibu dengan kategori usia dewasa yang menduduki jabatan yang ada. Sebutan "Remaja" pula ditujukan bagi masyarakat desa dengan rentang usia 30-40 tahunan. Sebab remaja yang ada di desa Kuripan hampir sebagian besar telah berkeluarga dan memiliki kesibukan dengan merawat anak serta menjadi Ibu Rumah Tangga.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat berbasis KKN-PKM ini melalui beberapa tahapan dimulai dengan persiapan, pelaksanaan dan evaluasi.

A. Persiapan

Dimulai dari metode persiapan yaitu proses persetujuan dengan mitra dan mendiskusikan terkait permasalahan yang ada pada mitra sehingga dapat dilakukan perencanaan program kerja yang tepat.

1) Observasi

Menurut Morris (1973: 906) observasi adalah aktivitas mencatat suatu gejala dengan bantuan instrumen-instrumen dan merekamnya dengan tujuan ilmiah atau tujuan lain. Lebih lanjut dikatakan bahwa observasi merupakan kumpulan kesan tentang dunia sekitar berdasarkan semua kemampuan daya tangkap pancaindera manusia. Pada tahap observasi ini kami turun lapangan untuk melihat kondisi lokasi mitra.

2) Wawancara

Menurut Nazir (1988), wawancara adalah proses memperoleh informasi bertujuan untuk penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden. Pada tahap wawancara ini, kami mendapatkan informasi secara langsung terkait permasalahan yang ada pada mitra.

B. Pelaksanaan

Setelah dilakukan observasi dan wawancara didapatkan hasil terkait permasalahan yang ada pada mitra. Berikut metode pelaksanaan yang kami lakukan:

1) Sosialisasi Pemberdayaan UMKM Berbasis *e-Commerce*

Dipilihnya metode ini karena sasaran dalam kegiatan ini adalah remaja dengan tujuan dapat menjadi jembatan antara UMKM atau mitra dengan *marketplace*. Sebab target yang berbau sosial media, sulit disosialisasikan kepada pelaku mitra usaha yang rata-rata sudah memasuki usia tua, sulit beradaptasi dengan media sosial, serta masih banyak hambatan lain yang menjadi pertimbangan dalam melakukan Sosialisasi Pemberdayaan UMKM Berbasis *e-Commerce*.

2) Pembuatan Profil Web Desa

Terkait dengan hambatan SDM desa yang di dominasi oleh masyarakatnya yang mengalami ketertinggalan dalam mengoperasikan media sosial, *website*, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan menjelajah jejaring sosial. Pihak desa

menyampaikan bahwa saat ini salah satu kebutuhan desa adalah mengoperasikan profil *web* desa. Untuk kemudian disosialisasikan sehingga profil desa dapat diakses di *website* resmi desa.

3) Pembuatan Video Profil Desa

Searah dengan salah satu kebutuhan desa terkait dengan profil desa, desa menyampaikan bahwa video profil desa perlu dibuat dan di *share* ke media sosial *youtube* dengan catatan tidak terdapatnya foto atau video yang berkaitan dengan mahasiswa (murni profil desa).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program KKN-PKM berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang kami lakukan, maka kita melaksanakan kegiatan Sosialisasi Pemberdayaan UMKM Berbasis *e-Commerce* yang dilaksanakan pada Rabu 16 Agustus 2023 di SMA IT An-Naafi Ciseeng Bogor, sebagai bentuk tindak lanjut hasil observasi.

Dalam kegiatan tersebut dilaukan melalui beberapa tahapan, diantaranya perijinan, sekaligus melakukan pembukaan kegiatan di kantor desa Kuripan. Sebelum melaksanakan pengabdian kepada masyarakat melalui program KKN-PKM di desa Kuripan Ciseeng Bogor tim pengmas dengan perangkat desa dan Dosen pendamping mengajukan permohonan ijin untuk melaksanakan pengmas. Kegiatan ini juga disertai dengan kegiaitan mengurus perizinan, observasi kebutuhan desa, observasi kepada masyarakat serta pihak terkait, kemudian penyuluhan langsung ke mitra dan target sosialisasi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program sinergi dosen dan mahasiswa KKN-PKM dilaksanakan selama kurang lebih 10 hari dimulai dari pembukaan sambutan, perizinan dan observasi kebutuhan desa pada tanggal 4 Agustus 2023 di Aula Kantor Desa Kuripan. Pada tanggal 16 Agustus 2023 kegiatan Sosialisasi Pemberdayaan UMKM Berbasis *e-Commerce* di laksanakan di SMA IT An-Naafi Ciseeng.



Gambar 1. Pembukaan, sambutan dan perizinan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Pengabdian kepada masyarakat berbasis KKN-PKM di Aula Kator Desa Kuripan, Ciseeng

Kegiatan sosialisasi pemberdayaan UMKM di SMA IT An-Naafi dihadiri oleh kurang lebih 76 *audience*, yang terdiri dari seluruh murid yang hadir serta Bapak/Ibu guru di sekolah SMA IT An-Naafi. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan baik, dan khidmat.

Pengenalan pola pemasaran berbasis *e-commerce* memang sangat dibutuhkan bagi UMKM pada saat ini. Kegiatan UMKM yang dijalankan harus beriringan dengan semakin perkembangan teknologi komunikasi. Pelaku UMKM juga harus mampu beriringan menjalankan bisnis dengan perkembangan teknologi yang ada. Pemanfaatan teknologi bagi UMKM untuk saat ini menjadi kunci keberhasilan pemasaran.

Beberapa platform *e-commerce* (Komalasari, 2021) banyak tersedia di Indonesia dari Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia dan masih banyak lagi yang lainnya. Platform penjualan berbasis web ini memberikan banyak kemudahan bagi pembeli. Terdapat beberapa jenis platform promosi dan dapat menjangkau konsumen dengan cepat, antara lain:

1. *Search engine marketing*
2. *Social media marketing*
3. *Email marketing*
4. *Digital advertising*
5. *Content marketing*
6. *Customer Service Automation*
7. *Affiliate/Drop shipping*



Gambar 2. Sosialisasi Pemberdayaan UMKM Berbasis *e-Commerce* di SMA IT An-Naafi Ciseeng.

Hal-hal yang dapat dilakukan untuk menguatkan pemasaran diantaranya:

1. Branding produk (Dan & Branding, 2011): Program ini bertujuan untuk membantu memasarkan produk atau jasa yang disediakan
2. *E-Commerce*: membuat tool dan media perdagangan elektronik. Misalnya shopee, lazada, tokopedia dll
3. Media sosial: tujuan dan penerapan media sosial untuk mempermudah pelaku usaha dalam memasarkan produk, misalnya whatsapp dan facebook.

Terdapat beberapa keuntungan yang akan diperoleh bagi pelaku UMKM yang memasarkan produknya melalui online dan berbasis *e-commerce*, yaitu: dapat meningkatkan penjualan, mempermudah branding produk, mudah memilih target secara spesifik, lebih menghemat biaya, mempermudah hubungan antara penjual dengan pembeli.

Dalam keberhasilan UMKM, hal yang tidak bisa di lepaskan adalah pemasaran. Di era sekarang pemasaran digital menjadi sebuah kewajiban bagi pelaku UMKM untuk dapat mengenalkan produk dan juga melakukan pemasaran secara online. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum mengoptimalkan media online sebagai alat pemasaran dan juga meningkatkan pendapatan UMKM. Untuk itu pengenalan *e-commerce* (Hendarsyah, 2019) ke pemuda-pemudi di desa Kuripan menjadi salah satu terobosan untuk dapat

mendukung melekat teknologi dan mendukung pemasaran produk UMKM di desa Kuripan.

4. KESIMPULAN

Dalam mengadaptasi perkembangan teknologi dan pemasaran produk dagang ke arah yang lebih maju dan dapat bersaing di era modern. Kekurangan yang ada pada SDM masyarakat Kuripan terletak pada bagaimana mereka membatasi diri dari perkembangan teknologi, minimnya pendidikan serta ketertarikan menduduki jenjang pendidikan yang lebih, serta keterbelakangan pemikiran guna mengangkat derajat serta perekonomian. Melalui sosialisasi pemberdayaan mengembangkan pemasaran dan penjualan ini dapat membantu generasi muda dalam membangun pemikiran yang luas dan maju. Memotivasi dan memberikan estimasi upaya dalam membangun serta mengembangkan diri dapat menjadi solusi pertama untuk mengangkat minat dan kemauan generasi muda di desa Kuripan untuk kemudian diadaptasi dan dikembangkan dalam kehidupan sehari-harinya.

remaja atau generasi

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Jakarta yang memberikan fasilitas untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis KKN_PKM. Ucapan terima kasih juga kami ucapkan untuk Desa Kuripan terutama perangkat desa dan pihak terkait yang telah membantu kegiatan kami dalam setiap rangkaian yang dijalankan dengan sangat kondusif dan nyaman. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada mitra yaitu SMA IT An-Naafi Ciseeng yang telah mendukung serta memberikan kesempatan bagi kami melakukan kegiatan di sekolah secara nyaman dan dipermudah.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, B. (2020). *Analisis Pangan dan Pertanian*. Bogor. IPB Press.

- Dan, G., & Branding, P. (2011). Bab 1 globalisasi dan pentingnya branding daerah.
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>
- Izzatusolekha, Andriyani, L., Purnamasari, O., Satispi, E., Hasanah, Meisanti, Jamiati, K.N., Patrianti, T., Sumarni, L. (2022). Pemetaan Potensi Desa Kuripan Kecamatan Ciseeng Kabupaten Bogor. UMJ Press, Jakarta. ISBN 9786235523439.
- Komalasari, D. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing. Buku Ajar Digital Marketing*. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Meisanti, Andriyani, L., Purnamasari, O., Sularno, Izzatusolekha, Hasanah, Jamiati, K.N., Patrianti, T., Sumarni, L. (2022). *Desa dan Pertanian di Wilayah Penyangga Ibu Kota*. UMJ Press. Jakarta. ISBN 9786235523460.