



## SOSIALISASI PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM DESA SASAHAN KECAMATAN WARINGINKURUNG KABUPATEN SERANG

Fuadi <sup>1</sup> Indar Riyanto <sup>2</sup>

Universitas Pamulang

Email: dosen02869@unpam.ac.id, dosen0000@unpam.ac.id

### Kata kunci:

E-Commerce, UMKM,  
Desa Sasahan

### Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Sasahan terkait keterbatasan jangkauan pasar dan daya saing. Pengabdian Kepada Masyarakat ini berfokus pada pemahaman mengenai penggunaan dan pemanfaatan e-commerce untuk UMKM dimulai dengan penjelasan mengenai e-commerce kepada peserta. Disini di paparkan materi, di mulai dari pengertian e-commerce, bagaimana penggunaan e-commerce, manfaat e-commerce untuk peserta. Kemudian akan dipaparkan dalam bentuk ceramah dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dengan peserta. Metode kegiatan yang digunakan adalah bekerjasama dengan Perangkat Desa Sasahan, Kecamatan Waringkurung, Kabupaten Serang Banten dengan menganalisis permasalahan yang ada di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dalam memberikan pengarahan dan sosialisasi bagaimana meningkatkan motivasi anggota UMKM dalam memanfaatkan dan menggunakan e-commerce di era teknologi saat ini pada Desa Sasahan, Kecamatan Waringinkurung, Kabupaten Serang Banten. Solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memberikan pengarahan, sosialisasi dan pelatihan yang perlu di lakukan secara berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan motivasi anggota UMKM dalam memanfaatkan dan menggunakan e-commerce

### Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa dipandang memiliki prospek masa depan yang baik. Manfaat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bagi perekonomian nasional antara lain: membuka lapangan pekerjaan, menjadi penyumbang terbesar nilai produk domestik bruto, salah satu solusi efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah.

Sedangkan manfaat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa bagi perekonomian daerah adalah meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat

khususnya perempuan, mendapatkan pengalaman berwirausaha, memperkecil angka pengangguran di desa, pemererat rasa kebersamaan, mengembangkan potensi masyarakat, mengembangkan usaha yang telah ada sebelumnya, serta menumbuhkan rasa ingin maju dan sebagainya.

Desa Sasahan adalah salah satu desa yang terletak di kecamatan Waringin kurung Kabupaten Serang Banten, Desa sasahan terletak di bagian ujung Kecamatan Waringin kurung yang dikelilingin oleh pegunungan, Desa Sasahan memiliki 11 kampung, desa sasahan terkenal dengan keasrian alamnya, mulai dari kuliner lalu juga budaya dan keindahan alamnya, ada juga ke khasannya yang dimiliki di desa tersebut. Salah satunya yang menjadi ke khasan di Desa Sasahan adalah Salak nya yang memiliki rasa yang unik untuk dinikmati, dan duriannya.

Desa ini termasuk desa yang dingin di bandingkan desa yang lain sehingga cocok untuk tujuan jalan jalan pagi dan olahraga sepeda gunung. Desa sasahan mempunyai tempat wisata religi yakni peziarahan sumur 7 yg terletak di puncak gunung sulanjana, dan mempunyai 7 masjid 4 musola, 2 Sekolah SDN, 5 Madrasah, 2 Paud, 1 bidan desa, 2 perguruan silat TTKDH dan Bandrong. Sasahan juga mempunyai kelompok pertanian

Sejak dulu desa sasahan terkenal sebagai desa penghasil bumi/hutan yakni antara lain melinjo cengkeh salak durian manggis mericin rambutan pisang pete, jengkol dan kelapa. Sedangkan khusus salak dari daerah ini terkenal rasanya yang bervariasi, ada kecut manis, dan sepet, itulah mengapa sebabnya salak sasahan lebih terkenal diberbagai daerah, Namun sayangnya salak sekarang kalah saing dengan salak daerah lain yg masuk di pasaran seperti salah pondoh dan kini salak sasahan banyak di tebang dan dingantikan oleh pohon durian.

Selanjutnya karena desa sasahan adalah penghasil buah melinjo sehingga banyak ibu rumah tangga yang melakukan pekerjaan sampingan pembuat emping. Emping terbuat dari desa ini terkenal dengan kualitasnya sehingga terbang ke berbagai daerah. Sebagian besar masyarakat desa sahan berprofesi sebagai petani ada juga sebagai pedagang karyawan supir angkot dan PNS, dan Bahasa yang di gunakan adalah bahasa jawa serang.

Desa Sasahan yang dijadikan objek Pengabdian Pada Masyarakat (PKM), karena Desa Sasahan memiliki banyak potensi produk UMKM baik dari hasil perkebunan (Durian, Salak, Buah Melinjo, Pisang, Rambutan dan lainnya), pertanian, Pertenakan dan kerajinan lainnya seperti : emping, manisan dari salak, keripik pisang, keripik singkong, kopi, keripik talas dan daunnya dijadikan bahan produksi rokok herbal, sayuran, kerajinan pembatan pisau dan golok, kerajinan anyaman bambu, anyaman dari daun panda ranginang dari beras ketan, rangining dari singkong, budi daya ikan, budi daya kambing, dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil observasi, survai dan wawancara di lapangan dimana kondisi dan potensi yang di miliki Desa Sasahan tersebut diatas, seharusnya keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bisa untuk di kembangkan, namun kenyataan sampai sekarang masih pada jalan di tempat, bahkan ada yang sama sekali tidak berjalan alias tutup. Permasalahan yang di hadapi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Desa Sasahan Kecamatan Waringinkurung Kabupaten Serang adalah terkait pemasaran produk hasil olahan mereka. Selain itu pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dilakukan Badan Usahan Milik Desa (BUMDES) dan Koperasi yang ada di Desa Sasahan Kecamatan Waringinkurung Kabupaten Serang, belum bisa memberikan hasil yang maksimal, terhadap perkembangan perekonomian di Desa Sasahan Kecamatan Waringinkurung Kabupaten Serang itu sendiri. Dalam rangka pengembangan UMKM di Desa Sasahan Kecamatan Waringinkurung Kabupaten Serang, tidak bisa berjalan sendiri, melainkan harus ada kerja sama dengan beberapa pihak terkait di antaranya: Kepala Desa, Dinas UMKM, Perguruan Tinggi, Badan Usaha Milik Desa (BUMDES), Koperasi Desa, para pelaku UMKM, dan Masyarakat Desa Sasahan itu sendiri, sementara sampai sekarang kondisi tersebut belum bisa terlaksana dengan baik di Desa Sasahan Kecamatan Serang Kabupaten Serang.

Adapun berdasarkan survei yang telah dilakukan maka permasalahan yang terjadi pada hasil produk UMKM Desa Sasahan Kecamatan Waringinkurung, Kabupaten Serang Banten yaitu diantaranya permasalahan pemasaran dari produk hasil olahan yang telah dikembangkan oleh UMKM, sehingga masih kurang dikenalnya hasil produk UMKM Desa Sasahan diluar Desa tersebut. Untuk itu perlu pemanfaatan media e-commerce dalam peningkatan pemasaran hasil-hasil produk UMKM Desa tersebut. Dengan melihat kondisi tersebut diatas peneliti tertarik melakukan PKM dengan judul SOSIALISASI PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Sasahan Kecamatan Serang Kabupaten Serang Banten. Bagaimana Strategi Pemasaran UMKM dengan memanfaatkan e-commerce serta dampaknya dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi pedesaan di Desa Sasahan Kecamatan Waringinkurung Kabupaten Serang.

Penggunaan e-commerce ini bermula dan begitu sangat populer ketika terjadi covid-19. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha bisnis yang sangat berdampak negatif karena pandemi covid-19. Dampak ini disebabkan oleh turunnya tingkat konsumsi masyarakat. UMKM harus mampu bertahan dengan mencari solusi atas penurunan tingkat konsumsi konsumen dan peralihan gaya hidup konsumen menjadi lebih digital. E-commerce adalah perdagangan elektronik yang mencakup transaksi penjualan dan pembelian yang dilakukan secara online tanpa saling bertemu. E-commerce memberikan peranan penting dalam membantu UMKM untuk bertahan di masa pandemic karena dapat tetap melakukan aktifitas penjualannya meski terhalang oleh pertauran tentang pembatasan sosial berskala besar. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang menjelaskan fenomena dan data serta penelitian terdahulu, lalu menarik kesimpulan dari persoalan yang ada. Dari pembahasan, dapat disimpulkan bahwa peran e-commerce dalam membantu UMKM di masa pandemi adalah meningkatkan pendapatan UMKM, meningkatkan penjualan UMKM, dan sebagai strategi pemasaran dan media promosi bagi UMKM.

## **Metode**

Metode kegiatan yang digunakan adalah bekerjasama dengan pelaku UMKM Desa Sasahan, Kecamatan Waringinkurung, Kabupaten Serang Banten dan mencari permasalahan yang ada di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat pada pelaku UMKM Desa Sasahan, Kecamatan Waringinkurung, Kabupaten Serang Banten. Setelah di analisis maka kami memberikan pelatihan dalam bentuk materi dan praktek dalam memberikan pengarahan dan sosialisasi dengan judul SOSIALISASI PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM Desa Sasahan, Kecamatan Waringinkurung, Kabupaten Serang, Banten. Adapun jadwal pengabdian yang sudah disepakati antara dosen Universitas Pamulang dengan Desa Sasahan, Kecamatan Waringinkurung, Kabupaten Serang, Banten yaitu pada tanggal 24 April sampai dengan 24 April 2024 di Desa Sasahan, Kecamatan Waringinkurung, Kabupaten Serang, Banten.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan dengan metode secara offline, dimana rencana peserta PKM offline sebanyak 100 orang dari pelaku UMKM Desa Sasahan, Kecamatan Waringinkurung, Kabupaten Serang, Banten yang dipilih oleh pihak Desa berdasarkan keaktifannya.

Penetapan sasaran ini merupakan suatu upaya untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM Desa Sasahan, Kecamatan Waringinkurung, Kabupaten Serang, Banten sehingga pihak Desa dapat mengetahui dan memantau dengan mudah tingkat perkembangannya. Lebih dari itu, harapannya kepada peserta pelaku UMKM Desa Sasahan, Kabupaten Serang Banten ini dapat menularkan ilmu yang didapatkan kepada pelaku UMKM yang berada di sekitarnya.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) di Desa Sasahan, Kabupaten Serang Banten rencana akan dilakukan pada hari Kamis-Jumat, 24-25 April 2024 yang akan dilaksanakan secara luring.

Setelah kegiatan pengabdian kegiatan masyarakat selesai dilakukan, tahap selanjutnya akan dilakukan pembuatan laporan akhir dan presentasi sebagai laporan tugas

akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dilaksanakan. Presentasi laporan akhir pengabdian kepada masyarakat (PKM) akan dihadiri oleh Bapak Ka. Prodi Manajemen dan Dosen Prodi Manajemen. Akan dilakukan sesi tanya jawab terkait target-target yang telah dicapai dan rencana pengabdian kepada masyarakat (PKM) selanjutnya yang akan dilakukan oleh pihak Kampus Universitas Pamulang kepada masyarakat.

Pengarahan dan pelatihan dengan judul SOSIALISASI PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM Desa Sasahan, Kecamatan Waringinkurung, Kabupaten Serang, Banten, yang menjadi tema kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memotivasi, memanfaatkan serta meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM Desa Sasahan, Kabupaten Serang Banten, dalam penggunaan E-commerce guna meningkatkan pemasaran produk UMKM. Pelaksanaan kegiatan berupa materi, sesi Tanya jawab dan pelatihan.

### **Hasil dan Pembahasan**

Penelitian ini membahas tentang kondisi yang dialami oleh para pelaku UMKM pada kajian strategi sektor pengembangan di Desa Sasahan Kecamatan Kramatwatu dilihat dari 10 (sepuluh) aspek yaitu permodalan, produksi, teknologi, pemasaran, SDM, birokrasi, sarana dan prasarana, serta sosial dan ekonomi, Kelembagaan, Peran Dinas terkait. Informasi terkait kesepuluh aspek tersebut dikumpulkan menggunakan metode kuisisioner dan wawancara. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM Sektor Pengembangan di Desa Sasahan Kecamatan Kramatwatu antara lain:

1. Pada aspek permodalan, sebagian UMKM masih menggunakan modal sendiri dan tidak menggunakan akses kredit karena kekhawatiran dalam hal pelunasan disamping sebagian besar tidak memiliki jaminan yang memadai.
2. Pada aspek produksi, sebagian besar UMKM masih menggunakan peralatan produksi yang sederhana, meskipun hal tersebut memberi keuntungan dalam hal biaya produksi yang terjangkau, namun peralatan yang masih tradisional menyebabkan produksi kurang efisien, khususnya apabila terdapat pesanan produksi dalam jumlah besar.
3. Pada aspek teknologi, sebagian besar UMKM belum terkomputerisasi dalam kegiatan operasional nya, seperti menerapkan pemasaran online.
4. Pada aspek pemasaran, sebagian besar UMKM belum mematenkan produk, belum terdapat diferensiasi produk dan belum memiliki kerjasama dengan perusahaan besar terkait bahan baku maupun penjualan produk.
5. Pada aspek sumber daya manusia, sebagian besar UMKM belum memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang ditandai dengan belum dipisahkannya keuangan pribadi dengan perusahaan.
6. Pada aspek birokrasi, sebagian besar UMKM kurang mengetahui regulasi terbaru yang diatur oleh pemerintah contohnya terkait perubahan undang-undang perpajakan.
7. Pada aspek sarana dan prasarana, sebagian UMKM kurang aktif dalam mengikuti program pemerintah dalam bentuk bantuan pendanaan dengan bunga lunak.
8. Pada aspek sosial ekonomi, sebagian besar UMKM kurang siap dengan perubahan kondisi ekonomi seperti ketidakstabilan politik dan pasar bebas dan kondisi pandemic covid-19.
9. Pada aspek kelembagaan, belum adanya lembaga yang mengelola keberadaan UMKM di Desa Sasahan
10. Pada aspek peran Dinas terkait masih kurang peran dari Dinas terkait dalam proses produksi dan pemasaran produk hasil olahan UMKM Desa Sasahan seperti: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Serang, Aparat Desa Sasahan, Bumdes, Koperasi dan Masyarakat Desa Sasahan itu sendiri..

Beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM menjadi perhatian utama dalam proses pembangunan inklusif yang dicanangkan oleh pemerintah, khususnya pemerintah daerah dalam rangka otonomisasi. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menganalisis strategi apa yang tepat dilakukan dalam mengembangkan UMKM khususnya pada Sektor Pengembangan di Desa Sasahan Kecamatan Kramatwatu menggunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT dirasa tepat digunakan karena disamping melihat kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh UMKM, dalam menentukan strategi juga dilihat kelemahan dan ancaman yang akan dihadapi oleh UMKM. Identifikasi masing-masing aspek dikelompokkan dalam analisis SWOT untuk kemudian didapatkan matrik SWOT. Dalam menentukan strategi pengembangan UMKM di Desa Sasahan, langkah pertama adalah identifikasi kondisi UMKM dalam 4 (empat) indikator yaitu Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats).

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa terdapat 10 (sepuluh) indikator kekuatan secara garis besar antara lain dalam aspek modal, bahan baku, tenaga kerja, peralatan produksi, kemasan, kualitas produk, promosi, pemasaran, dan asset. Sedangkan untuk indikator kelemahan terdapat 8 (delapan) antara lain dalam aspek bantuan modal, pengetahuan keuangan, peralatan produksi, diferensiasi produk, pemasaran, serta informasi pasar. Kemudian untuk analisis peluang, terdapat 8 (delapan) indikator antara lain akses kredit, bahan baku, legalitas produk, pelatihan tenaga kerja, keanggotaan asosiasi pengusaha, birokrasi, sarana dan prasarana. Sedangkan terdapat pula 5 (lima) ancaman antara lain aspek bantuan modal, relasi, pandemi covid-19, Inflasi. Analisis SWOT juga merumuskan 4 (empat) strategi pengembangan berdasarkan identifikasi keempat indikator sebelumnya antara lain, strategi SO (Growth), strategi WO (Stability), strategi ST (Diversification), dan strategi WT (Defend). Untuk menentukan strategi mana yang tepat untuk pengembangan UMKM di Desa Sasahan Kecamatan Kramatwatu peneliti perlu melakukan analisis lebih lanjut melalui analisis kuantitatif yaitu dengan memberikan bobot dan rating pada masing-masing indikator.

### **Kesimpulan**

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa adalah kunci untuk mendorong perekonomian lokal dan meningkatkan kesejahteraan penduduk desa. Dengan melihat potensi yang dimiliki oleh UMKM di desa, serta mengatasi tantangan yang dihadapi, kita bisa menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah. Melalui dukungan pemerintah, partisipasi masyarakat, dan kolaborasi dengan berbagai pihak, pengembangan UMKM di desa dapat menghasilkan dampak positif yang signifikan dalam jangka panjang.

1. Pemaparan dalam sosialisasi memberikan materi tentang pemanfaatan e-commerce untuk UMKM dimulai dengan penjelasan mengenai e-commerce kepada peserta berjalan dengan baik.
2. Para pelaku UMKM sebelum adanya pengarahan dan sosialisasi berkaitan dengan pemanfaatan e-commerce untuk UMKM, para pelaku UMKM masih ada yang belum paham hal-hal apa saja yang harus diperhatikan dalam pemanfaatan e-commerce untuk UMKM.
3. Setelah diadakan pengarahan dan sosialisasi tentang pemanfaatan e-commerce untuk UMKM, para pelaku UMKM memahami dan mengerti akan pentingnya menerapkan dan konsisten dalam pemanfaatan e-commerce untuk UMKM tersebut demi kebaikan bersama.
4. Para pelaku UMKM dapat memahami gambaran umum tentang pemanfaatan e-commerce untuk UMKM pada lingkungan usahanya.

## **Daftar Pustaka**

- Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa
- Dhani, V. R., Hutami, W. R., Utami, P., Sesariya, F. V., Widiyanto, J. W., & Rahadhini, M. D. (2023). Analisis Pengaruh Promosi dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Surakarta. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 654-661.
- Hanggarwati, K., & SITI, M. (2013). Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Institutional Ownership (Studi Empiris pada Perusahaan High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2011) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Hartono, Hendry, dkk 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan pada Perusahaan Dengan menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara sebagai Objek Penelitian. Universitas Bina Nusantara. Jakarta
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). Principles Of Marketing 14th Edition, USA : Prentice Hall Pearson.
- Kumar, A., Kumar, P., & Nadendla, R. (2013). A review on: *Abelmoschus esculentus* (Okra). *International Research Journal of Pharmaceutical and Applied Sciences*, 3(4), 129-132.
- Kumar, Anil and Manoj Kumar Dash. 2013. Constructing a Measurement in Service Quality for Indian Banks: Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Internet Banking and Commerce*, April 2013, vol. 18, no.1
- Kumbhar, Vijay M. 2011. Structural Equation Modeling of eBankQual Scale: A Study of e-Banking in India. *International Journal of Business Economics and Management Research* Volume 2, Issue 5 (May, 2011) ISSN 2229-4848
- M Siti, 2013, Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha, ISSN 2656-1301, Jakarta
- Maulana, S. M., & Susilo, H. Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Plastik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1).
- Novyarni, N., Aprileny, I., Anhar, M., Sumitro, S., & Maserih, M. (2022). Pentingnya pemahaman e-commerce bagi siswa di era digitalisasi. *Progresif: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 2(1), 56-62.
- Siregar, N., Nursyamsi, S. E., Sutaguna, I. N. T., Razali, G., & Yusuf, M. (2023). DIGITAL MARKETING TO E-COMMERCE CUSTOMERS. *Journal of Management and Creative Business*, 1(2), 182-198.
- Siregar, Riki R. 2010. Strategi Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan dengan Penerapan E-commerce
- Stanton, William J. 2013. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI.
- Wong Jony. 2010. Internet Marketing for Beginners. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.