

UMKM GO DIGITAL KAMPUNG BUANTAN LESTARI

Sakti Hutabarat¹, Anita Kurnia², Enjellika Sinaga³, Hafizhah Mardhiatus Syahidah⁴, Imran Elmi⁵, Miftahul Jannah^{6*}, Muhammad Ikhsan Faturrahman⁷, Nurfatta Bru Sembiring⁸, Princess Restauli Hutagaol⁹, Rifda Safitri¹⁰

¹Fakultas Pertanian, ^{2,5,8}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, ^{3,9}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, ^{4,10}Fakultas Teknik, ⁶Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ⁷Fakultas Perikanan dan Kelautan
Email: ¹sakti.hutabarat@lecturer.unri.ac.id, ²anita.kurnia1937@student.unri.ac.id, ³enjellika.sinaga6178@student.unri.ac.id, ⁴hafizhah.mardhiatus1615@student.unri.ac.id, ⁵imran.elmi2086@student.unri.ac.id, ⁶miftahul.jannah4769@student.unri.ac.id, ⁷muhammad.ikhsan1715@student.unri.ac.id, ⁸nurfattaa.bru1932@student.unri.ac.id, ⁹princess.restauli4524@student.unri.ac.id, ¹⁰rifda.safitri5937@student.unri.ac.id

Key Words:

E-Commerce; digital marketing;
UMKM; pemasaran

Abstract: Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) of Buantan Lestari Village are active business activities both owned by individuals, groups, and business entities that meet the criteria as small and medium enterprises in Buantan Lestari Village. To increase the sales output of MSMEs requires the latest marketing methods. So KUKERTA UNRI students help in introducing digital marketing and providing technological guidance in making e-commerce accounts and how to use e-commerce in digital marketing. The objective of the "UMKM GO DIGITAL" program is to promote economic growth in Buantan Lestari Village by facilitating MSME products through the digital market to generate a large market share. The method used is by conducting socialization about digital marketing and technology guidance. This activity was successfully carried out and produced an online shop to sell MSME products in Buantan Lestari Village.

Abstrak: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kampung Buantan Lestari adalah kegiatan usaha aktif baik milik perorangan, berkelompok, maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro kecil dan menengah di Kampung Buantan Lestari. Untuk meningkatkan output penjualan dari UMKM membutuhkan cara pemasaran yang terbaru. Mahasiswa KUKERTA UNRI membantu dalam memperkenalkan digital marketing dan melakukan bimbingan teknologi dalam pembuatan akun *e-commerce* serta cara penggunaan *e-commerce* dalam pemasaran digital. Tujuan utama program "UMKM GO DIGITAL" yaitu untuk membantu pertumbuhan ekonomi di Kampung Buantan Lestari dengan cara membantu memasarkan produk-produk UMKM ke pasar digital sehingga menghasilkan pangsa pasar yang besar. Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu dengan melakukan sosialisasi tentang digital marketing dan bimbingan teknologi. Kegiatan ini berhasil dilakukan dan menghasilkan toko-toko online untuk menjajhkan hasil UMKM di Kampung Buantan Lestari.

Hutabarat, Kurnia, Sinaga, Syahidah, Elmi, Jannah, Faturrahma, Sembiring, Hutagaol, Safitri. (2023). UMKM Go Digital Kampung Buantan Lestari. (2023). Article Title. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat *Fordicate*



This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

PENDAHULUAN

Indonesia yang terus bertekad menjadi *Digital Energy of Asia* dari tahun 2019 hingga sekarang untuk mendorong pembangunan digitalisasi dalam bidang ekonomi di Indonesia. Banyak program yang telah dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia dalam mencapai puncak era digitalisasi ekonomi, salah satunya mendukung para pelaku UMKM agar mampu berinovasi dan menopang pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan pemasaran digital [1]. Pemilihan UMKM karena UMKM adalah mesin pendorong perekonomian nasional, hal ini disebabkan UMKM mampu menyumbangkan minimal 60% dalam Pendapatan Domestik Bruto (PDB) [2]. Hasil riset Google bersama Temasek menyebutkan bahwa pertumbuhan populasi pengguna internet di Indonesia menjadi salah satu yang berkembang paling pesat di dunia. Rata-rata tiap tahun pengguna internet di negeri ini bertambah sebesar 19 persen. Hasil studi itu mencakup proyeksi bahwa pada 2020, pengguna internet di Indonesia akan mencapai 215 juta, dari sebelumnya hanya 92 juta pengguna pada 2015. Dengan begitu, pasar online Indonesia diprediksi akan meledak dalam 10 tahun, mencapai 81 miliar dollar AS sebelum 2025. Dari total tersebut, e-commerce menyumbang peranan sebesar 57 persen atau USD 46 miliar [3].

Pemasaran digital adalah pengembangan perangkat pemasaran dari manual ke internet menggunakan bantuan kecerdasan buatan seperti AI (*Artificial Intelligence*) [1]. Dengan bantuan kecerdasan buatan seperti AI dapat dimanfaatkan dalam pengembangan pemasaran UMKM. Salah satu AI yang dapat digunakan dalam pemasaran digital yaitu *e-commerce*. *E-commerce* adalah wadah atau layanan untuk semua proses transaksi jual beli secara online [4]. Beberapa keunggulan yang dapat dirasakan bagi pelaku UMKM dengan menggunakan *e-commerce* dalam memasarkan hasil produknya, di antaranya [5]:

- a. Jangkauan pasar yang luas
Dengan memasarkan produk secara digital maka para konsumen yang di luar jangkauan dari area produsen dapat mengakses melalui *e-commerce* kapan saja dan di mana saja. Kemudahan ini akan membuat produk lebih mudah dijangkau dan diketahui oleh banyak konsumen dari berbagai wilayah.
- b. Meningkatkan *Brand Awareness*
Konsumen akan lebih mudah mengenali nama, logo, maupun keunggulan dari produk, karena pemilik UMKM akan langsung menjelaskan keunggulan serta manfaat atau ciri khas dari produk mereka ke bagian deskripsi sehingga dapat langsung dibaca oleh konsumen.
- c. Meminimalkan Anggaran
E-commerce yang tidak mengharuskan memiliki toko offline akan mengurangi pengeluaran berupa pembuatan toko offline atau biaya sewa toko, perawatan gedung, peralatan serta perlengkapan toko, karyawan toko, biaya listrik, dan biaya lainnya yang akan dikeluarkan jika memiliki toko offline.
- d. Mendapatkan *Feedback* Konsumen

Fitur penilaian pada *e-commerce* memberikan kemudahan baik bagi produsen maupun konsumen. Fitur ini memberikan nilai lebih bagi produsen karena mampu meningkatkan nilai jual barang dengan adanya testimoni dari konsumen-konsumen sebelumnya. Keuntungan bagi konsumen yaitu dapat melihat keadaan asli serta kebenaran dari keunggulan maupun fungsi dari produk yang akan dibeli.

Indonesia memiliki beberapa *e-commerce* yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat, misalnya Shopee, Lazada, Toko Pedia, dan Blibli. Pada dasarnya ada empat jenis *e-commerce* di Indonesia yaitu B2C, B2B, C2C, dan C2B [6].

Business to Consumer (B2C) adalah sebuah perusahaan yang menjual barang maupun jasa hasil produksinya langsung ke konsumen tanpa ada perantara. Sistem penjualan ini banyak ditemukan, seperti pemilik brand kosmetik langsung membuka toko baik secara online maupun offline untuk menjangkau *consumer* secara langsung.

Business to Business (B2B) adalah perusahaan yang menjual barang atau jasanya kepada perusahaan lain yang membutuhkan barang dan jasanya. Misalnya, perusahaan iklan yang menawarkan jasanya ke perusahaan minuman atau makanan untuk mengiklankan produknya, perusahaan menjual bahan baku pembuatan pakaian yang menawarkan diri untuk memasok kebutuhan bahan baku di perusahaan pakaian atau konveksi pakaian.

Consumer to Consumer (C2C) adalah antar konsumen dapat menjual ataupun membeli barang konsumen lainnya. Hal ini dapat dijumpai di *marketplace* dan *e-commerce*, dimana *consumer* dapat menjual barang dagangannya kepada *consumer* lainnya dengan bantuan pihak ketiga yaitu *marketplace* dan *e-commerce*.

Consumer to Business (C2B) adalah konsumen menyediakan jasa atau produk kepada perusahaan. Misalnya, para pelanggan pengguna *e-commerce* menawarkan jasa kepada perusahaan untuk memasarkan produknya atau sering disebut *reseller*.

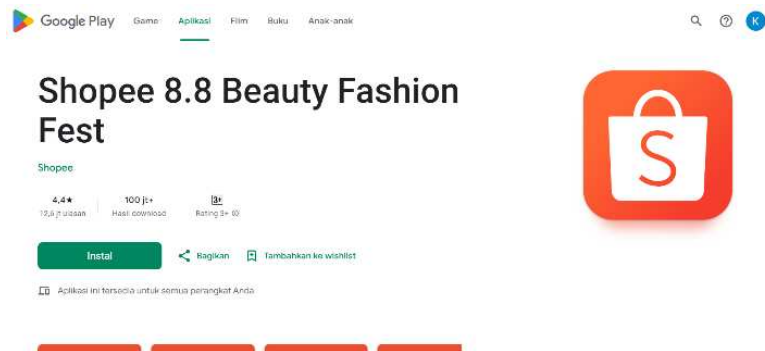
METODE LOGI PELAKSANAAN

Metode pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata di Kampung Buntan Lestari, Kecamatan Bunga Raya, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Sasaran dari program kerja ini yaitu UMKM Kampung Buntan Lestari untuk memajukan UMKM dalam bidang pemasaran yang awalnya hanya berjualan secara *offline* menjadi secara digital atau *online*. Kegiatan ini dilaksanakan dengan mengajak pelaku UMKM membuka toko *online* di *platform e-commerce*, lebih spesifiknya yaitu menggunakan shopee untuk memasarkan produknya di dalam toko. Membimbing para pelaku UMKM dalam membuat akun dan mengupload produk-produk yang akan dipasarkan.

Tahapan dalam membuat toko *online* UMKM Kampung Buntan Lestari pada salah satu *e-commerce*, dimana pada proses kali ini menggunakan shopee adalah:

1. Download Aplikasi Shopee

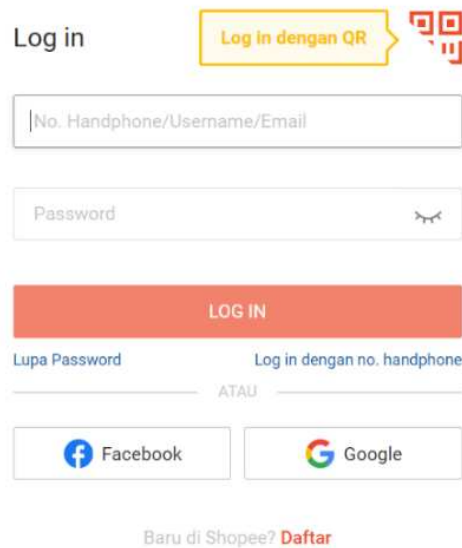
Download aplikasi Shopee di PlayStore yang ada di handphone, lalu klik install agar dapat digunakan. Dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Download Aplikasi

2. Log In

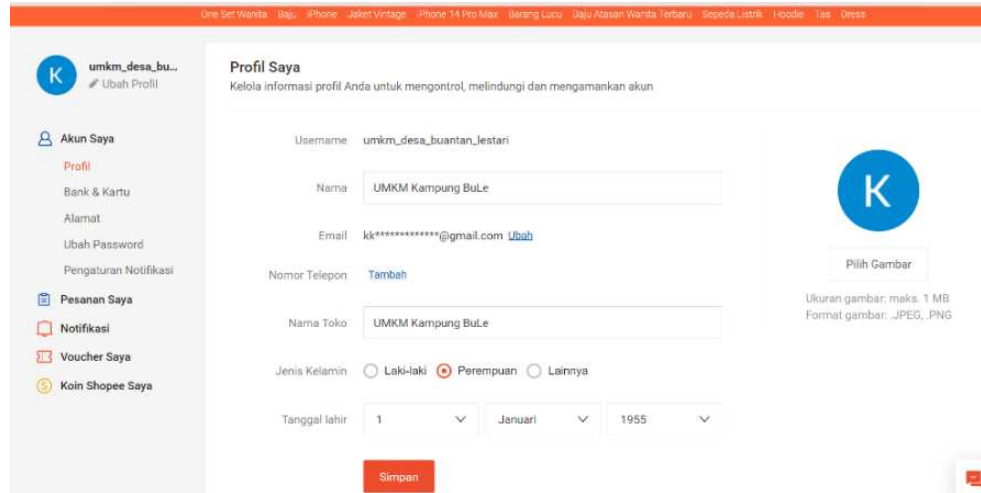
Masuk ke dalam aplikasi dengan cara log in atau daftar jika belum mempunyai akun dengan menggunakan nomor handphone atau dengan menggunakan email untuk dapat membuka aplikasi shopee. Dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Log In

3. Atur Profil

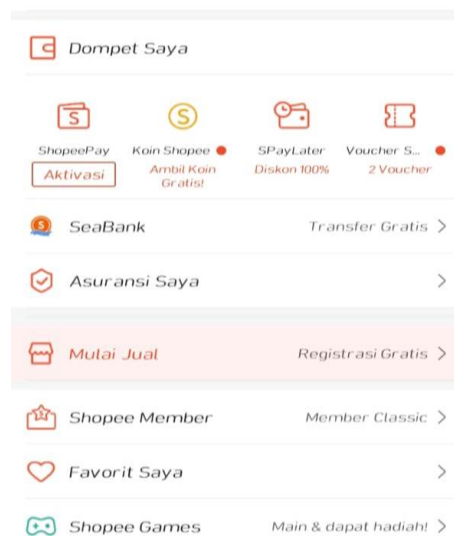
Atur nama toko dan username dan nomor hanphone pada profil akun shopee. Jika selesai diisi klik simpan. Dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Atur Profil

4. Membuat Toko

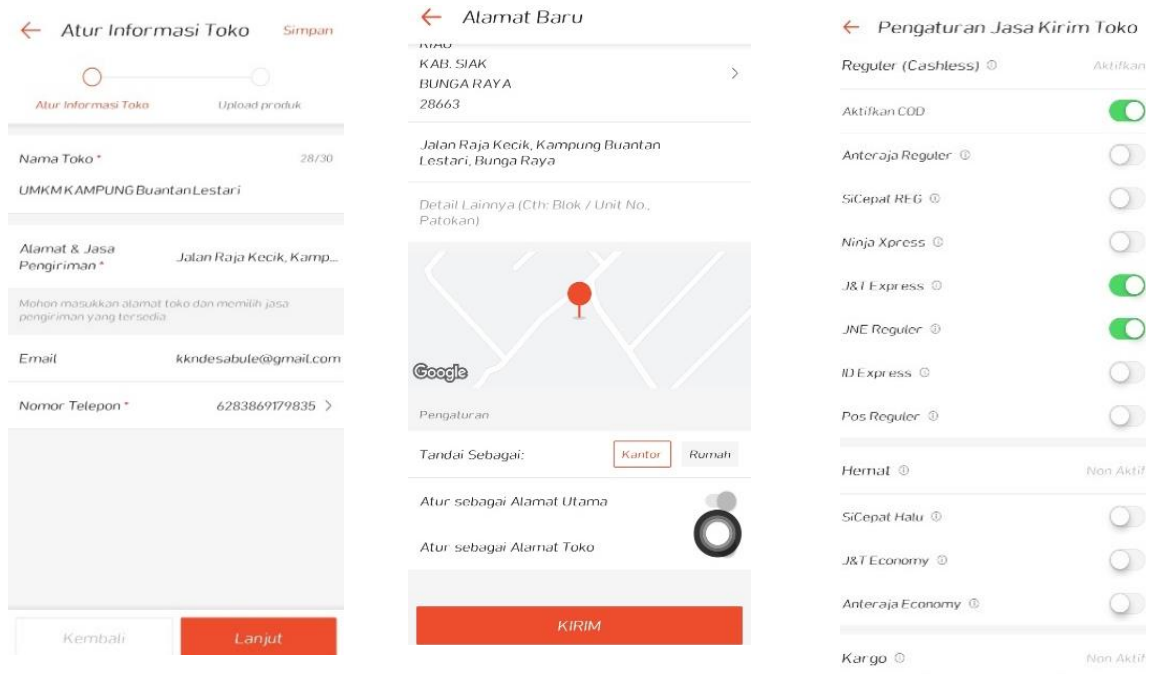
Pada profil akun klik pilihan "mulai jual" untuk mulai mengatur toko online shopee. Dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Membuat Toko

5. Registrasi Toko

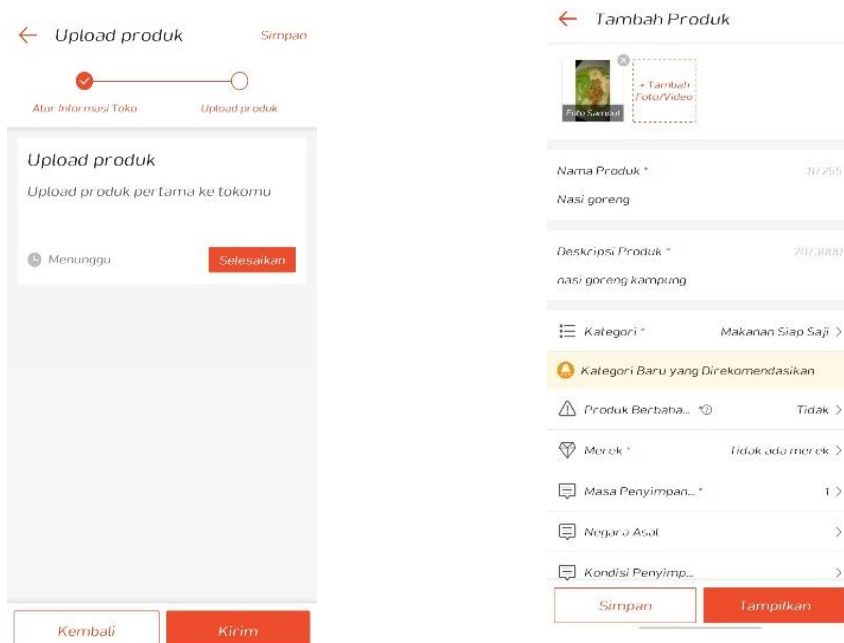
Isi nama toko dan nomor hanphone (Gambar 5). Selanjutnya dapat diisi bagian alamat dan jasa pengiriman, dapat dilihat pada Gambar 6 dan Gambar 7. Lalu klik "Simpan".



Gambar 5. Informasi Toko Gambar 6. Mengatur Alamat Toko Gambar 7. Mengatur Jasa Pengiriman

6. Upload Produk

Masukkan produk yang akan dijual dengan cara mengklik “selesaikan”, dapat dilihat pada Gambar 8. Masukkan foto dan berikan keterangan nama produk, pada kolom deskripsi dapat diisi dengan keunggulan maupun manfaat serta penjelasan secara rinci produk. Dapat dilihat pada Gambar 9. Lalu klik lanjutkan, tampilkan dan selesai.

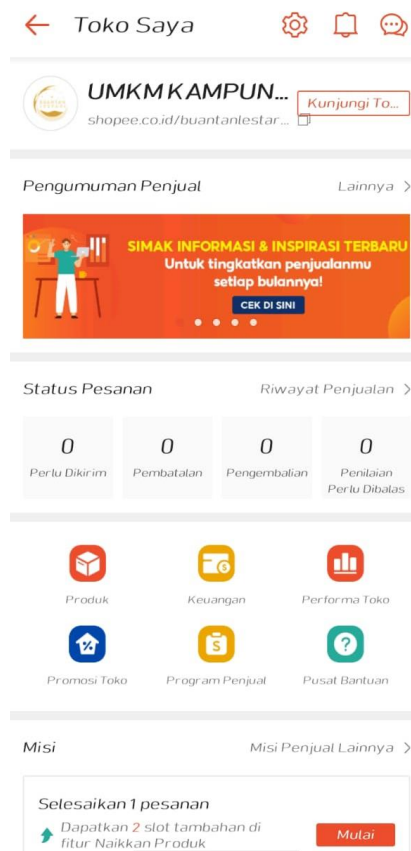


Gambar 8. Upload Produk

Gambar 9. Tambah Produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketika membuka aplikasi buka pada bagian profil klik “Toko Saya” pada pojok kiri atas. Akan ada tampilan pilihan produk, keuangan, performa toko, program penjualan, barang yang perlu dikirim, dan menu lainnya yang dapat digunakan dalam mengontrol toko. Kegiatan manajemen toko dapat dilakukan kapan dan dimana saja yang memudahkan mengontrol toko dan pengembangan toko. Untuk hasil toko dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Hasil

SIMPULAN

Membantu memasarkan UMKM Kampung Buntan Lestari menggunakan platform digital melalui pemanfaatan e-commerce Shopee berhasil dilakukan oleh mahasiswa/i KUKERTA UNRI. Toko *online* UMKM Kampung Buntan Lestari dapat digunakan oleh semua pelaku UMKM. Dimana dalam proses manajemen ditangani langsung oleh pemerintah Kampung Buntan Lestari.

UCAPAN TERIMAKASIH

Mahasiswa/i KUKERTA UNRI berterima kasih kepada Pemerintah Kampung Buntan Lestari yang telah membantu berjalannya program kerja “UMKM Go Digital” dengan memanfaatkan e-commerce Shopee. Ucapan terimakasih juga kepada masyarakat yang memiliki UMKM karena telah meluangkan waktu dan berkenan bekerja sama kepada pihak KUKERTA UNRI.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. P. d. A. Puspitaningsih, “Studi Ekonomi Digital Di Indonesia,” in *Jurnal Simki Economic*, Kendari, 2021.
- [2] B. K. |. Viska, “UMKM Go Online, Upaya Wujudkan Visi “Digital Energy of Asia”,” *Kominfo*, 31 03 2017. [Online]. Available: https://www.kominfo.go.id/content/detail/9514/umkm-go-online-upaya-wujudkan-visi-digital-energy-of-asia/0/berita_satker.
- [3] A. W. Finaka, “Indonesia Menuju Energi Digital Asia,” 2008. [Online]. Available: <https://indonesiabaik.id/infografis/indonesia-menuju-energi-digital-asia>.
- [4] Sugiharto, “Memanfaatkan E-Commerce Dengan Benar,” Kepala Seksi Hukum dan Informasi KPKNL Palembang, 30 12 2022. [Online]. Available: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html>.
- [5] T. S. A. P. S. P. Ladi Wajuba Perdini Fisabilillah, “Literasi Keuangan Digital Sebagai Upaya Pembekalan UMKM,” Surabaya, 2021.
- [6] A. S. A. I. S. Debi S Fuadi, “Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial,” in *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, Bandung, 2021.