

Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce sebagai Media Pemasaran di Tengah Pandemi Covid-19 di Desa Nepa Sampang Madura

Agus Subaidi^{1*}, Lili Supardi², Fajar³

^{1,2,3}Universitas Madura, Pamekasan, Indonesia

*Corresponding Author: agus_math@unira.ac.id

Info Artikel

Diterima: 25/11/2022

Direvisi: 02/12/2022

Disetujui: 02/12/2022

Abstract. *Nepa is one of the villages in the northern part of Sampang City. In general the community's livelihood is fishermen. In addition there are also Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) of the community. The UMKM in Nepa Village do not utilize technology in marketing their products. In fact, by involving technology, it is easier for buyers to find out the goods sold and consumers will become more widespread. With this dedication, we try to introduce and educate the use of e-commerce technology for UMKM as a marketing medium. The other side of the advantages of e-commerce, especially when the Covid 19 pandemic situation as it is today is that consumers do not have to go directly to the UMKM site. So just order online. The purpose of the service is to find out what obstacles there are and help marketing the UMKM products of the Nepa community, especially during the co-19 pandemic. The method used in the training is the presentation (lecture), the practice of assignment and question and answer as well as direct interviews to find out the community's response to the training. Based on the results of interviews conducted that micro and small businesses are positively perceiving training and coaching programs because they have positive effects or impacts on the development of micro small businesses. The inhibiting factors of the implementation of activities to increase the empowerment of UMKM are the lack of UMKM extension workers in Nepa Village, limited budget, UMKM capital difficulties, and UMKM technical problems.*

Keywords: *Nepa, UMKM, E-commerce*

Abstrak. Nepa merupakan salah satu desa yang ada di Kota Sampang bagian utara. Pada umumnya mata pencaharian masyarakat adalah nelayan. Selain itu terdapat juga Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masyarakat. Para pelaku UMKM di Desa Nepa kurang memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produknya. Padahal dengan melibatkan teknologi para pembeli lebih mudah mengetahui barang-barang yang dijual dan konsumen akan semakin meluas. Dengan adanya pengabdian ini Kami mencoba mengenalkan dan mengedukasikan tentang pemanfaatan teknologi e-commerce bagi UMKM sebagai media pemasaran. Sisi lain kelebihan dari e-commerce khususnya pada saat situasi pandemic Covid 19 seperti saat ini adalah konsumen tidak harus mendatangi langsung tempat UMKM. Jadi cukup pesan secara online. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian untuk mengetahui kendala apa saja yang ada dan membantu pemasaran produk UMKM masyarakat Nepa terlebih di masa pandemic covid-19. Metode yang dipakai dalam pelatihan adalah Pemaparan (ceramah), praktik penugasan dan tanya jawab serta wawancara langsung untuk mengetahui respon masyarakat terhadap pelatihan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa pelaku usaha mikro kecil dan Menengah beranggapan positif terhadap program pelatihan dan pembinaan karena memberikan efek atau dampak yang positif terhadap perkembangan usaha mikro kecil. Faktor penghambat dari pelaksanaan kegiatan peningkatan pemberdayaan UMKM adalah minimnya tenaga penyuluh UMKM di Desa Nepa, terbatasnya anggaran yang dimiliki, kesulitan permodalan UMKM, dan permasalahan teknis UMKM.

Kata Kunci: Nepa, UMKM, E-commerce

How to Cite: Subaidi, A., Supardi, L., & Fajar, F. (2022). Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce sebagai Media Pemasaran di Tengah Pandemi Covid-19 di Desa Nepa Sampang Madura. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 435-439. <https://doi.org/10.37478/abdika.v2i4.2224>



Copyright (c) 2022 Agus Subaidi, Lili Supardi, Fajar. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Pendahuluan

Desa Nepa letaknya berada di kecamatan banyuates dan berada kabupaten Sampang di pantai sebelah Utara, di Desa Nepa ini Terdiri dari 3 Dusun, yaitu Dusun Nepa, Dusun Manangguh dan Dusun Seneng dengan luas wilayahnya 720.355 Ha dengan luas tanah sawah 18,46 dan luas tanah kering 52 Ha. Curah hujan selama setahun 1185,5 mm/tahun. Jarak desa Nepa terhadap ibukota Kecamatan adalah 7 Km, sedangkan jarak terhadap ibukota Kabupaten adalah 57 Km dan jarak terhadap ibukota Provinsi 96 Km. Mata pencarian penduduknya sebagian besar adalah sebagai nelayan.

Jika dilihat dari tataletak geografis Desa Nepa terletak di bagian utara Kecamatan Banyuates, dengan batas bagian utara adalah laut Jawa oleh karena itu, pekerjaan masyarakat Nepa mayoritas adalah nelayan. Di Desa Nepa ini terdapat pantai Nepa yang menyajikan panorama alam yang indah sehingga layak untuk di jadikan wisata unggulan di Madura. Selain itu juga terdapat beberapa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masyarakat Desa Nepa.

Keberadaan wirausaha seperti UMKM ini bagi beberapa orang masih belum didata dengan seharusnya. Hal ini berimplikasi pada asumsi bahwa UMKM belum dapat memberikan pembukaan lapangan pekerjaan secara nyata, padahal menurut Li dan Rama (dalam Sari et al., 2017) hal ini tidak sepenuhnya benar.

Tidak hanya membuka peluang lapangan pekerjaan dan kontribusinya bagi pertumbuhan ekonomi negara, keberadaan UMKM juga sangat penting saat terjadi krisis keuangan. UMKM terbukti menjadi bidang yang tahan terhadap krisis keuangan. UMKM juga menjadi fokus bahasan dalam World Islamic Economic Forum/WIEF ke-12 yang digelar di Jakarta pada 2 – 4 Agustus 2016. Bidang wirausaha ini pula yang menjadi bidang garapan Perguruan Tinggi (dalam Sari et al., 2017).

Sebelum adanya pengabdian ini masyarakat desa Nepa masih belum terlalu mengenal tentang e-commerce/marketplace untuk memasarkan produknya. Padahal dengan melibatkan teknologi para pembeli lebih mudah mengetahui barang-barang yang dijual dan konsumen akan semakin meluas. Seperti yang dijelaskan oleh Mulyantomo (2021) keuntungan pemasaran secara online juga dapat mengurangi biaya, dapat diukur real time, cepat menentukan target dan paparan jangka panjang.

Berdasarkan situasi inilah maka melalui pengabdian ini tim PKM mencoba mengenalkan dan mengedukasikan tentang pemanfaatan teknologi e-commerce bagi UMKM sebagai media pemasaran. Sisi lain kelebihan dari e-commerce khususnya pada saat situasi pandemic Covid 19 seperti saat ini adalah konsumen tidak harus mendatangi langsung tempat UMKM. Jadi cukup pesan secara online.

Dengan tema kegiatan “Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran di Tengah Pandemi Covid 19 di Desa Nepa Sampang Madura”, diharapkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini dapat memberikan stimulus bagi pertumbuhan ekonomi di wilayah Madura khususnya desa Nepa dan sekitarnya.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian pada Masyarakat dilaksanakan dalam bentuk pelatihan pemasaran menggunakan e-commerce bagi pelaku UMKM di Desa Nepa Kecamatan Banyuates Kabupaten Sampang, Madura. Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah dengan Pemaparan (ceramah), praktik penugasan dan tanya jawab serta wawancara langsung untuk mengetahui respon masyarakat terhadap pelatihan.

Adapun peserta kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat adalah pelaku UMKM Desa Nepa Kecamatan Banyuates Kabupaten Sampang, sebanyak 10 orang. Pembatasan banyaknya peserta dikarenakan pandemi Covid-19.

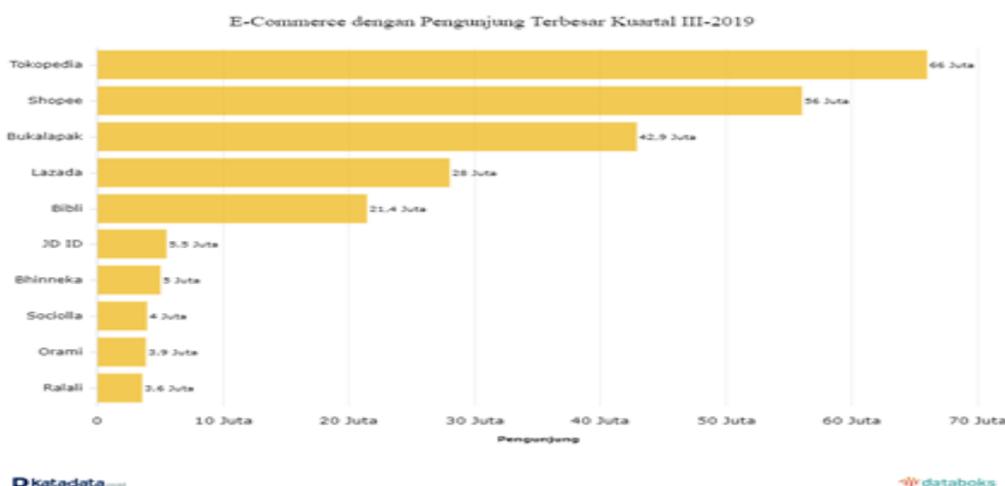
Hasil dan Pembahasan

Sesuai dengan tujuannya, kegiatan ini dilakukan dengan memberikan materi terkait dengan e-commerce/marketplace, dan manfaat sistem informasi manajemen bagi UMKM dalam memasarkan produknya melalui internet (e-commerce). Marketplace adalah wadah untuk memasarkan produk melalui elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli dapat saling berinteraksi (Apriadi, 2017). Dengan Marketplace penjual tidak sulit membuat aplikasi, hanya dengan melakukan pendaftaran untuk memulai berjualan, karena semua proses sudah tersedia tim marketplace (Wahyuni, 2018)



Gambar 1. Pengenalan tentang e-commerce

Pada Gambar 1 menunjukkan Sesi pelatihan pemanfaatan e-commerce dimulai terlebih dahulu dengan mengenalkan pada peserta mengenai e-commerce dan Market Place.



Gambar 2. Jumlah pengunjung marketplace (Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>)

E-commerce merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut suatu kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik seperti internet ataupun televisi, marketplace bertugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya. Hingga tahun 2019, sudah banyak situs-situs yang tergolong dalam Marketplace. Nama-nama seperti Lazada, Tokopedia, elevenia,

bukalapak, blibli, JD.id, Shopee serta masih banyak sederet nama lainnya, merupakan pelaku penyedia jasa perdagangan online.

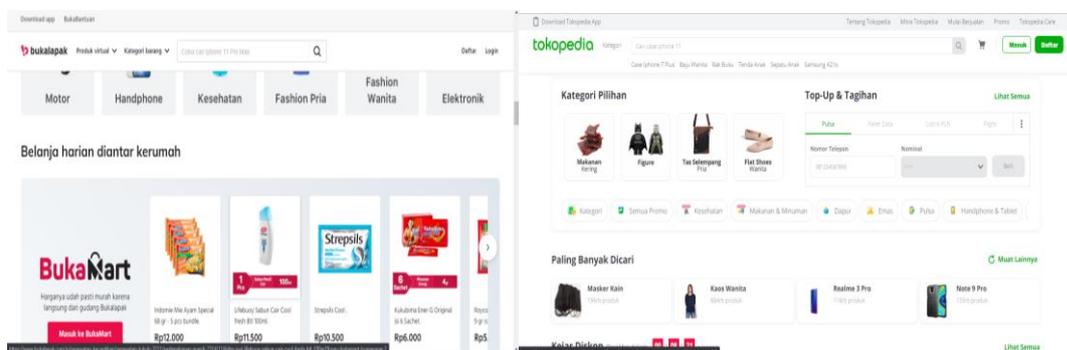
Kemudian para peserta pelatihan dikenalkan juga enam golongan dalam e-commerce yaitu Business to business (B2B), Business to consumer (B2C), Consumer to consumer (C2C), Consumer to business (C2B), Business to public administration (B2A), Consumer to public administration (C2A). Setelah itu para peserta dikenalkan tentang pengaplikasian aplikasi *marketplace*.



Gambar 3. Peserta membuat account e-mail dan mengaplikasikan marketplace

Pada Gambar 3, setelah materi dasar tentang e-commerce dan manfaat sistem TI diberikan, selanjutnya mitra dibimbing dalam memasarkan produknya melalui layanan internet. Mitra dibimbing cara memasarkan produknya melalui berbagai marketplace seperti bukalapak dan tokopedia. Mitra diajarkan dan dibimbing mulai dari persiapan awal seperti pembuatan akun email, mendaftar pada marketplace, cara membuka toko pada marketplace.

Berikut tampilan awal dari pembimbingan untuk market place (TokoPedia dan Bukalapak).



Gambar 4. Marketplace tokopedia dan bukalapak

Dalam pelatihan ini, UMKM di Desa Nepa mendapat dukungan fasilitasi koneksi jaringan internet yang cukup memadai dan stabil dan rata-rata masyarakat Desa Nepa sudah memiliki smartphone masing-masing serta

dukungan dari asosiasi UMKM desa yang berperan aktif dalam mendukung program pelatihan sedangkan faktor penghambat keterbatasan anggaran dan minimnya tenaga penyuluh UMKM di Desa Nepa. Sedangkan dampak positifnya adalah Pelaku UMKM Desa Nepa bisa mengerti apa itu e-commerce dan marketplace, Pelaku UMKM Desa Nepa bisa membedakan antara marketplace dan toko online, Pelaku UMKM Desa Nepa bisa menggunakan dan membuat toko di aplikasi marketplace, Pelaku UMKM Desa Nepa bisa. Masyarakat merespon positif terhadap pelaksanaan pelatihan ini. Namun para pelaku ini, sebaiknya perlu pendampingan lanjutan oleh tenaga penyuluh UMKM untuk memanfaatkan smartphone dan membantu usaha.

Simpulan dan Tindak Lanjut

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa pelaku usaha mikro kecil dan Menengah beranggapan positif terhadap program pelatihan dan pembinaan karena memberikan efek atau dampak yang positif terhadap perkembangan usaha mikro kecil. Faktor penghambat dari pelaksanaan kegiatan peningkatan pemberdayaan UMKM adalah minimnya tenaga penyuluh UMKM di Desa Nepa, terbatasnya anggaran yang dimiliki, kesulitan permodalan UMKM, dan permasalahan teknis UMKM.

Berdasarkan hasil dari pelatihan ini maka dapat disampaikan saran sebagai berikut: 1). Pemberdayaan UMKM seharusnya diarahkan pada upaya meningkatkan produktivitas dan daya saingnya, serta secara sistematis diarahkan pada upaya menumbuhkan wirausaha baru di sektor-sektor yang memiliki produktivitas tinggi yang berbasis pengetahuan, teknologi dan sumberdaya local, 2). Peran kelembagaan juga sebagai alat pembangunan yang ditujukan untuk memberi manfaat bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Namun manfaat tersebut bisa dirasakan optimal jika kelembagaan bekerja secara penuh membenahi UMKM dan membangun jangkauan yang baik bersama-sama dengan institusi informal, formal, dan kelembagaan yang ada di desa.

Daftar Pustaka

- Apriadi, D. & Saputra, A.Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat. *Jurnal Resti*, 1(2), 131-136
- Distribusi Penjualan Hasil Pertanian
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>.
- Mulyantomo, E., Sulistyawati, A. I., & Triyani, D. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Dan Digital Branding Dimasa Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku UMKM di Desa Tegalarum Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak. *Jurnal Tematik*, 3(2), 199-210.
- Sari, dkk., (2017). Pelatihan Pemanfaatan E-commerce Bagi Peningkatan Mutu Sosial Tenaga Kerja dan Wanita di Kelurahan Rongtengah Sampang Madura. *Jurnal Pengabdian Masyarakat. Aksiologi*, 1(2), 151-155.
<http://dx.doi.org/10.30651/aks.v1i2.931>
- Wahyuni, N., Mutaqin, A.I.S., & Gunawan, A. (2019). Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 1(6)