

SOSIALISASI ONLINE PENGEMBANGAN E – COMMERCE PADA UMKM DI KELURAHAN KARANGPOH, KECAMATAN GRESIK

**Rizka Esty Safriana¹, Sukaris², Heru Baskoro³, Azel Azahra Pramudita⁴,
Ridhotul Mafi Shofia⁵**

¹Program Studi Profesi Bidan,
^{2,3,4,5}Program Studi Manajemen,

Universitas Muhammadiyah Gresik
e-mail:azelazahra12@gmail.com

ABSTRAK

Kelurahan Karangpoh merupakan kelurahan yang terletak di pusat kota Gresik, kecamatan Gresik, kabupaten Gresik. Mata pencaharian masyarakat Kelurahan Karangpoh yaitu di sektor perdagangan, jasa dan industri rumah tangga. Pada hal ini mahasiswa program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik melakukan program kerja dengan memberikan Sosialisasi alur teknis Penjualan dan Pendaftaran UMKM melalui E-Commerce secara luring atau online, kegiatan ini dilakukan secara online (Media Youtube dan Poster). *E-commerce* merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dan dapat memperluas akses pasar. Dengan ini kami membantu Masyarakat khususnya para pelaku UMKM Kelurahan Karangpoh untuk menjual barang dan produk dagang melalui Marketplace seperti Shoppe, Shoppefood, Gofood, dan TiktokShop yang banyak diminati oleh Masyarakat pada akhir-akhir ini. Sosialisasi dan pengajaran *e-commerce* yang dilakukan berjalan dengan baik dan lancar, Banyak kelebihan yang ditawarkan *e-commerce* untuk mengembangkan UMKM, namun bukan berarti tanpa kendala. Kendala bagi pelaku UMKM salah satunya yaitu penguasaan teknologi yang masih rendah dan masih ada rasa keengganan untuk mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* dalam bisnis atau usaha yang dijalankan.

Kata Kunci: *Sosialisasi, Pengembangan, E-Commerce, UMKM*

ABSTRACT

Kelurahan Karangpoh merupakan kelurahan yang terletak di pusat kota Gresik, kecamatan Gresik, kabupaten Gresik. Mata pencaharian masyarakat Kelurahan Karangpoh yaitu di sektor perdagangan, jasa dan industri rumah tangga. Pada hal ini mahasiswa program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik melakukan program kerja dengan memberikan Sosialisasi alur teknis Penjualan dan Pendaftaran UMKM melalui E-Commerce secara luring atau online, kegiatan ini dilakukan secara online (Media Youtube dan Poster). *E-commerce* merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dan dapat memperluas akses pasar. Dengan ini kami membantu Masyarakat khususnya para pelaku UMKM Kelurahan Karangpoh untuk menjual barang dan produk dagang melalui Marketplace seperti Shoppe, Shoppefood, Gofood, dan TiktokShop yang banyak diminati oleh Masyarakat pada akhir-akhir ini. Sosialisasi dan pengajaran *e-commerce* yang dilakukan berjalan dengan baik dan lancar, Banyak kelebihan yang ditawarkan *e-commerce* untuk mengembangkan UMKM, namun bukan berarti tanpa kendala. Kendala bagi pelaku UMKM salah satunya yaitu penguasaan teknologi yang masih rendah dan masih ada rasa keengganan untuk mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* dalam bisnis atau usaha yang dijalankan.

Kata Kunci: *Sosialisasi, Pengembangan, E-Commerce, UMKM*

PENDAHULUAN

Kelurahan Karangpoh merupakan kelurahan yang terletak di pusat kota Gresik, kecamatan Gresik, kabupaten Gresik. Mata pencaharian masyarakat Kelurahan Karangpoh yaitu di sektor perdagangan, jasa dan industri rumah tangga salah satunya adalah pelaku UMKM karena daerah yang sangat dekat dengan Pasar kota Gresik. UMKM di Kelurahan Karangpoh ini masih melakukan transaksi jual beli secara langsung. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan teknologi bagi masyarakat khususnya bagi UMKM di Kelurahan Karangpoh. Diharapkan dengan pemanfaatan IpTek ini dapat membantu UMKM dalam memasarkan produknya dan juga dalam mengelola data transaksi penjualannya, sehingga dapat meningkatkan upaya pemasaran produk bagi UMKM (Aditya et al., 2024).

Pada hal ini mahasiswa program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik melakukan program kerja dengan memberikan Sosialisasi alur teknis Penjualan dan Pendaftaran UMKM melalui E- Commerce secara luring atau online, kegiatan ini dilakukan secara online (Media Youtube dan Poster) dikarenakan para pelaku UMKM memiliki banyak kesibukan dengan usahanya, UMKM di kelurahan Karangpoh ini tergolong Usaha Menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan jadi kami membuat sosialisasi ini secara luring agar efisiensi waktu dan memudahkan para pelaku UMKM untuk bisa kapanpun mengakses sosialisasi ini di Youtube (Fara et al., 2024).

Menurut Suyanto (2003) mendefinisikan e-commerce sebagai konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada internet. Turban et al., (2008) mengatakan e-commerce merupakan jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. Sedangkan menurut Karmawan (2010) e-commerce adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (business to business) dan konsumen langsung (business to consumer), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan.

Usaha yang dimiliki masyarakat di Kelurahan Karangpoh secara keseluruhan tergolong kedalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Azrianti, 2020). Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anakperusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud sesuai dengan peraturan perundang-undangan berkaitan dengan UMKM kemudian, Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Era modern dan persaingan global informasi bergerak sangat cepat dan menjadi pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan (Luthfiatussundus & Huda, 2023). Internet

melalui *e-commerce* membuka peluang bagi UMKM untuk memasarkan dan menumbuhkan jaringan usaha di seluruh belahan dunia usaha. (Rahayu et al., 2021) Untuk itu pelaku UMKM dituntut menjadi bagian dari teknologi internet dalam komunitas global dengan pemanfaatan teknologi informasi melalui *e-commerce*, apabila tidak mengikuti perkembangan teknologi internet maka informasi akan tertinggal jauh dan kalah dalam persaingan. *E-commerce* merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dan dapat memperluas akses pasar. (Nurfajri et al., 2021) Dengan ini kami KKN Tematik UMG membantu Masyarakat khususnya para pelaku UMKM Kelurahan Karangpoh untuk menjual barang dan produk dagang melalui MarketPlace seperti Shoppe, Shoppefood, Gofood, dan TiktokShop yang banyak diminati oleh Masyarakat pada akhir-akhir ini.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dimulai pada tahap persiapan untuk mengadakan kegiatan sosialisasi ini kami menyiapkan materi yang akan disampaikan kepada pelaku UMKM Kelurahan Karang Poh Pada tahap kegiatan penyuluhan, kita melakukan koordinasi dengan Ketua RW 01 menyampaikan maksud dan tujuan dari Sosialisasi alur teknis Penjualan dan Pendaftaran UMKM melalui E- Commerce secara daring atau online dan sasarannya yaitu para pelaku UMKM di RW 01 Kelurahan Karangpoh Gresik. Kami juga menyampaikan kepada Ketua RW 01 dikarenakan sosialisasi ini dilakukan secara daring atau online maka, perlu adanya pembentukan media penyaluran materi sosialisai yaitu Grup WhatsApp yang mungkin lebih mudah diakses oleh banyak pelaku UMKM. Tahap perencanaan kegiatan ini dilakukan dengan konsep yang sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program ini dilaksanakan di Kelurahan Karangpoh, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik. Khalayak sasaran dalam program ini adalah Pelaku UMKM. Program sosialisasi yang diadakan oleh mahasiswa KKN Tematik Universitas Muhammadiyah Gresik di Kelurahan Karangpoh ini bertujuan untuk: 1) meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya pemanfaatan *e-commerce*, 2) mengetahui tata cara penggunaan *e-commerce* dan memiliki *market place*, 3) menambah pengetahuan tentang ide-ide usaha kecil menengah (UMKM), 4) Memperluas jangkauan pasar didalam proses pemasaran pada usaha UMKM dikelurahan Karangpoh Gresik

Peningkatan pesat bisnis *e-commerce* menunjukkan banyak sekali kelebihan yang ditawarkan. Dari sisi konsumen, tentu saja belanja secara *online* lebih praktis dari pada belanja pada toko. Konsumen dapat dengan cepat memperoleh informasi tentang produk yang dibutuhkan dan dapat melakukan transaksi pembelian dimana saja dan kapan saja, baik dari rumah, kantor, warnet atau tempat lainnya secara *online* (Haryadi et al., 2021). Hanya dengan menggunakan *gadget*, (Haeruddin et al., 2023) konsumen juga dapat memilih barang, melakukan transfer pembayaran, dan menunggu barang datang tanpa harus ke toko yang dituju.



Gambar 1 warga yang menanyakan bagaimana alur dan pendaftaran ShoppeFood (Risol Mayo Bu riza)



Gambar 1 kunjungan pelaku usaha Menjelaskan alur pendaftaran Gofood (Warung Djagalan Bu Santi)



Gambar 2 kunjungan pelaku usaha Menjelaskan alur pendaftaran Shoppe (Jenang Jubung Bu Sum)

Tahap pelatihan dan pendampingan kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode tutorial. Adapun sistematika kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut :1) pengamatan terlebih dahulu, apakah didalam grup WA tersebut ada kendala dalam memahami video tutorial.2) mengunjungi tempat usaha masing-masing (yang di area RW 01) dan mengajarkan bagaimana cara menggunakan aplikasi tersebut 3) Mendaftarkan pelaku UMKM di marketplace yang belum mereka pahami dan bagaimana cara menggunakannya.

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui perkembangan pelaksanaan kegiatan, dan menilai kesesuaian kegiatan yang telah dilaksanakan dengan perencanaan. Kegiatan *e-commerce* ini berhasil dilakukan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan sudah dibuatnya berbagai jenis marketplace seperti Shoppe, Shoppefood, Gofood, TiktokShop kepada para UMKM. Seperti usaha Risol Mayo Bu Riza sebelum menggunakan akun Shoppefood sebagai alat bantu dalam pemasaran hanya di produksi sebanyak 20 bungkus perhari setelah di pasarkan melalui akun Shoppefood dan marketplace lainnya maka ada permintaan bertambah hingga menjadi 50 bungkus perhari. Dengan demikian telah tercapai hasil yang memuaskan, untuk membantu mengembangkan perekonomian masyarakat, dan berharap apa yang telah sosialisasikan dan ajarkan dapat berguna bagi warga dan dapat dikembangkan dari waktu ke waktu

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini, yang terpenting adalah *e-commerce* harus bisa menjadi peluang untuk pelaku UMKM terus berkembang. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi tidak terlepas dari peran UMKM. Pemanfaatan *e-commerce* dapat dilakukan guna memperluas akses pasar, membuka lapangan pekerjaan serta memberikan dampak positif bagi berbagai sektor pendukung bisnis *e-commerce* lain yang pada akhirnya dapat memberi kontribusi bagi percepatan pertumbuhan ekonomi.

Sosialisasi dan pengajaran *e-commerce* yang dilakukan berjalan dengan baik dan lancar, Banyak kelebihan yang ditawarkan *e-commerce* untuk mengembangkan UMKM, namun bukan berarti tanpa kendala. Kendala bagi pelaku UMKM salah satunya yaitu penguasaan teknologi yang masih rendah dan masih ada rasa keengganan untuk mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* dalam bisnis atau usaha yang dijalankan. Pelaku usaha juga masih ada yang gagap teknologi dan cenderung kurang rasa ingin tahu untuk mempelajari teknologi baru. Seharusnya pelaku UMKM pro aktif dalam mempelajari teknologi baru demi kemajuan bisnis yang dijalankan.

Diharapkan dengan pengajaran yang kami lakukan dan kami sosialisasikan dapat mengembangkan perekonomian di Kelurahan Karangpoh Gresik (Hidayat et al., 2022). Karena tujuan utama kami dalam melakukan sosialisasi ini adalah untuk memberdayakan Pelaku UMKM, membantu meningkatkan perekonomian masyarakat dan mengembangkan kegiatan UMKM yang ada di Kelurahan Karangpoh Gresik (Hidayati, 2022). Dan seharusnya pelaku UMKM pro aktif dalam mempelajari teknologi baru demi kemajuan bisnis yang dijalankan. Banyaknya pelaku UMKM yang masih gaptek dengan teknologi membuat pelaku UMKM kesulitan memasuki dunia *e-commerce* atau kesulitan memanfaatkan *digital marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Azrianti, S. (2020). Sosialisasi E - Commerce Untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di RW 18 Kelurahan Tembesi Kecamatan Sagulung. *Minda Baharu*, 4(2), 99–105.
- Haeruddin, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Peran Media Sosial dan E-Commerce bagi UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jesya Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 625–637. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.962>
- Haryadi, W., Samawa, U., Besar, S., Info, A., & History, A. (2021). *Optimasi Pemanfaatan*

- E-Commerce Pada Pemasaran*. 243–248.
- Hidayat, R., Kusuma, S. A. I., Kurniasari, A., & ... (2022). Workshop Pemanfaatan E-Commerce untuk Mendukung Sektor Marketing Pelaku UMKM Desa Gongseng Jombang. *Jumat Ekonomi ...*, 3(3).
- Hidayati, D. (2022). Pelatihan E-Commerce pada UMKM sebagai Penunjang kegiatan Promosi dan Pemasaran di Kelurahan Kandagan, Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 270–276.
- Luthfiatussundus, A., & Huda, B. (2023). SOSIALISASI E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi Kasus: Desa Segaran Batujaya). *ABDIMA JURNAL ...*.
- Nurfajri, Abdul Hamid, & Rifyal Dahlawy Chalil. (2021). Peran Media Sosial dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Kasus Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur). *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 111–123.
- Rahayu, S., Diatmika, P. G., & Fitriani, I. (2021). Pelatihan dan sosialisasi pemanfaatan e-commerce dalam meningkatkan strategi pemasaran umkm di kabupaten sumbawa. *Jurnal Pengembangan ...*, 2003, 226–230.
- Ratama, N., & Mulyati, S. (2022). Sosialisasi penggunaan ecommerce dalam perkembangan bisnis di era digital. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(1), 6-12.
- Riana, R., & Handayani, D. (2022). Pengenalan Pemasaran Melalui Media Sosial dan E-commerce UMKM Desa Keling Kediri. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 253-258.
- Danasari, I. F., Yanuartati, B. Y. E., Febrilia, B. R. A., Taquiuddin, M., Sari, N. M. W., & Bachry, J. (2023). Pelatihan Pemasaran Online Melalui E-Commerce Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi UMKM Di Desa Setiling Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal SIAR ILMUWAN TANI*, 4(1), 20-25.
- Aditya, S., Agachi, R., Aqilah, D., Nugroho, R. D., Mulyani, E., Widiharti, A. R. R., & Sukaris. (2024). Pembuatan Minuman Teh Herbal ” Jelang Tea ” Sebagai Inspirasi Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (umkm) Kampung Siba Klasik Dan Sebagai Peningkat Immunitas Tubuh. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 87–95.
- Fara, A. P., Sulaichan, A., Mulyani, E., Rahim, A. R., Widiharti, & Sukaris. (2024). Edukasi Tentang Pentingnya Menjaga Kesehatan Mental Dan Memanfaatkan Waktu Dengan Baik Pada Anak-Anak Di Kampung Siba Gresik. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 80–86.
- Guruh, M., Rajak, M. A., Hermawati, R., Sabina, F., & Handayani, R. (2021). Peningkatan Kesejahteraan Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui E-commerce & Promosi Jejaring Sosial Media Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *Dedikasi PKM*, 2(3), 297-300.
- Danasari, I. F., Yanuartati, B. Y. E., Febrilia, B. R. A., Taquiuddin, M., Sari, N. M. W., & Bachry, J. (2023). Pelatihan Pemasaran Online Melalui E-Commerce Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi UMKM Di Desa Setiling Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal SIAR ILMUWAN TANI*, 4(1), 20-25.
- Setiyana, C. D. M. R., & Maulidasari, C. D. (2020). Sosialisasi digital marketing pada usaha mikro kecil menengah (umkm). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darma Bhakti Teuku Umar*, 2(1), 63-73.
- Magdalena, H., & Santoso, H. (2021). Sosialisasi pemasaran digital bagi pelaku industri rumahandi kabupaten bangka tengah. *Jurnal Abdidas*, 2(5), 1054-1063.