


# Pemanfaat E-Commerce Tokopedia Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran UMKM Kue Kering Di Desa Sumurmati

<sup>1)</sup>Mohammad Reihan\*, <sup>2)</sup>Renny Oktafia

<sup>1,2)</sup>Ekonomi Pembangunan, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Email Corresponding: [20011010158@student.upnjatim.ac.id](mailto:20011010158@student.upnjatim.ac.id)

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> UMKM E-Commerce Pemanfaatan	Perkembangan masa revolusi industri 4.0 seperti saat ini, mengharuskan bagi para pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkan dengan baik teknologi yang ada untuk menggerakkan usaha UMKM mereka. Dengan hadirnya mahasiswa/i KKNT-MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur di Desa Sumurmati ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM di Desa Sumurmati ini dalam memanfaatkan teknologi yang ada dengan program sosialisasi pemanfaatan <i>e-Commerce</i> sebagai upaya pengembangan pemasaran produk UMKM di Desa Sumurmati. Dalam pelaksanaan program kerja tersebut, didapatkan output berupa keberhasilan mahasiswa/i KKNT-MBKM dalam melakukan sosialisasi berupa pemberian informasi dan pemahaman tentang pemanfaatan <i>e-commerce</i> , sehingga mampu menarik minat dari pelaku UMKM Kue Kering untuk dapat memanfaatkan <i>e-commerce</i> sebagai tempat bagi mereka untuk mengembangkan pemasaran produk UMKM nya, sehingga dapat meningkatkan penjualan bagi UMKM Kue Kering.
<b>Keywords:</b> UMKM E-Commerce Utilization	The development of the 4.0 industrial revolution as it is today requires MSME actors to be able to make good use of existing technology to drive their MSME businesses. With the presence of UPN "Veteran" East Java "Veteran" KKNT-MBKM students in Sumurmati Village, it is hoped that it will be able to help MSME actors in Sumurmati Village in utilizing existing technology with a socialization program for the use of <i>e-Commerce</i> as an effort to develop MSME product marketing in Sumurmati Village. In carrying out the work program, the output was obtained in the form of the success of KKNT-MBKM students in conducting socialization in the form of providing information and understanding of the use of <i>e-commerce</i> , so as to be able to attract interest from UMKM Cookies to be able to utilize <i>e-commerce</i> as a place for them to develop the marketing of its MSME products, so that it can increase sales for UMKM Cookies.
	This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC-BY-SA</a> license.
	

## I. PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara besar yang ada di Asia Tenggara dengan jumlah penduduk lebih dari 273 juta jiwa pada tahun 2022. Dengan jumlah penduduk yang cukup banyak tersebut, membuat perekonomian di Indonesia telah mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan perekonomian di Indonesia ini tidak lepas dari para pelaku UMKM yang ada di Indonesia. Sektor UMKM di Indonesia menjadi salah satu kunci utama perekonomian yang ada di Indonesia. hal tersebut dikarenakan dalam proses pembangunan ekonomi nasional di Indonesia, sektor UMKM memiliki peranan yang penting di dalamnya (Paramitha et al. 2022). Oleh karena itu, semua tentang pengertian maupun kriteria dari UMKM ini telah diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam buku (HASTUTI et al. n.d.). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

atau UMKM sendiri adalah sebuah usaha yang salah satu usaha yang mampu memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan bantuan dalam perekonomian secara luas di Indonesia.

Kuatnya sektor UMKM di Indonesia sudah dibuktikan sejak tahun 1998 pada saat masa krisis ekonomi, sektor UMKM memiliki kontribusi yang positif yaitu dengan menyelamatkan kondisi perekonomian Indonesia yang pada saat itu tidak terkendalikan. Kontribusi besar dari sektor UMKM terhadap pemulihan perekonomian di Indonesia, juga dibuktikan pada saat terjadinya pandemi Covid-19 empat tahun lalu, dimana pada saat itu kondisi perekonomian di Indonesia juga sangat terpuruk. Keberadaan UMKM pada saat itu memiliki potensi yang sangat besar sebagai sarana untuk memulihkan ekonomi nasional Indonesia. Dengan adanya UMKM diharapkan dapat memacu untuk memulihkan perekonomian di Indonesia pada saat itu dan dapat mengurangi jumlah pengangguran yang semakin meningkat akibat adanya pandemi Covid-19 (Budiwitjaksono et al. n.d.). Dari dua peristiwa yang terjadi di atas telah membuktikan bahwa UMKM di Indonesia mampu menjadi penggerak perekonomian di Indonesia yang paling mendasar dan juga dapat dijadikan sarana dalam upaya untuk memperbaiki perekonomian yang sempat memburuk.

Di masa yang serba digital seperti saat ini, perlu bagi para pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkan teknologi yang ada sehingga dapat mengikuti perkembangan masa revolusi industri 4.0 seperti ini. Dimana semakin berkembangnya teknologi dan adanya tuntutan zaman, mengharuskan bagi para pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkan dengan baik teknologi yang ada untuk menggerakkan usaha UMKM mereka. Salah satu cara pemanfaatan teknologi yang dapat dilakukan dalam usaha UMKM adalah dengan pemanfaatan *e-Commerce* sebagai tempat atau media bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM mereka. Berdasarkan data dari Kominfo, pertumbuhan *e-Commerce* di Indonesia mencapai 78%. Hal tersebut menunjukkan bahwa perdagangan elektronik di Indonesia memiliki nilai ekonomi yang bagus, sehingga harus dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku UMKM. Pengertian *e-Commerce* menurut Loudon dalam (Hermawan et al. 2022), *e-Commerce* adalah sebuah kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan antar penjual dan pembeli dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan bantuan seperti komputer sebagai alat untuk perantara transaksinya.

Berdasarkan data survei yang telah dilakukan oleh penulis dan juga mahasiswa/i terhadap UMKM di Desa Sumurmati, Kabupaten Probolinggo, didapatkan hasil bahwa masih banyak pra pelaku UMKM di Desa Sumurmati yang belum mampu memanfaatkan dengan baik teknologi yang ada saat ini untuk membantu meningkatkan pemasaran produk UMKM mereka. Hal tersebut dikarenakan masih minimnya pengetahuan mereka tentang *e-Commerce* sebagai teknologi yang dapat menggerakkan usaha UMKM mereka. Adapun alasan dari mereka karena merasa lebih cepat untuk menjualkan secara offline dengan cara menitipkan ke warung-warung atau ke toko oleh-oleh dari pada harus menjualnya lewat online. Atas permasalahan yang ada tersebut, maka perlu diadakan sosialisasi dan pengembangan terkait pemanfaatan teknologi terhadap pelaku UMKM yang ada di Desa Sumurmati. Dengan hadirnya mahasiswa/i KKNT-MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur di Desa Sumurmati ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM di Desa Sumurmati ini dalam memanfaatkan teknologi yang ada dengan program pemanfaatan *e-Commerce* sebagai upaya pengembangan pemasaran produk UMKM di Desa Sumurmati.

## II. MASALAH

Pemilihan UMKM kue kering sebagai target pelaksanaan program kerja KKNT-MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur ini adalah sebuah keputusan yang sesuai dengan skema yang dijalankan, yang berfokus pada kewirausahaan dan ekonomi kreatif. Adapun pemilihan UMKM kue kering ini sebagai target pelaksanaan program kerja kknt mbkm karena, pada UMKM tersebut sudah memiliki pemasaran produk yang luas dan pilihan dari produk UMKMnya pun juga beragam. Dengan adanya program kerja dari KKNT-MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur ini, diharapkan dapat membantu dan memberikan dampak juga manfaat yang cukup signifikan bagi penjualan produk UMKM tersebut.

Dari hasil survei dan juga identifikasi yang telah dilakukan, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa dalam menjalankan usahanya tersebut dijumpai beberapa permasalahan di dalamnya. Seperti kurang cakupannya pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi sebagai tempat untuk

memasarkan produk UMKM nya dan juga personal branding seperti foto produk yang kurang menarik.



Gambar. 1 Koordinasi Dengan Pemilik UMKM Kue Kering

### III. METODE

Dalam proses pelaksanaannya, kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pendekatan kesejahteraan atau *welfare approach*. Dimana pendekatan kesejahteraan ini adalah sebuah pendekatan yang menyeluruh, yang menggabungkan pendekatan – pendekatan lain seperti pendekatan ekonomi (*economic approach*) dengan cara melakukan pemberdayaan terhadap ekonomi individu maupun ekonomi kelompok (Ariefuzzaman 2015), Dalam proses pelaksanaannya, pendekatan ini dilakukan dengan cara terjun langsung ke kelompok yang sudah dijadikan sasaran. Untuk merealisasikannya, penulis bersama dengan mahasiswa/i KKNT-MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur membentuk sebuah program kerja berupa pemberdayaan pelaku UMKM dengan cara pemanfaatan *e-Commerce* sebagai tempat untuk mengembangkan pemasaran produk UMKM mereka. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 27 dan 28 Maret 2023, yang berlokasi di kediaman Ibu Mufida sebagai salah satu pelaku UMKM di Desa Sumurmati.

Adapun langkah awal yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan program tersebut adalah dengan melakukan survei dan juga mendata informasi terkait UMKM kue kering. Dengan bantuan dan koordinasi dengan koordinator UMKM selaku perangkat Desa Sumurmati, penulis dan para mahasiswa/i KKNT-MBKM melakukan survei dan pendataan kepada UMKM kue kering tersebut. Ada pun tujuan dari survei dan pendataan tersebut, adalah untuk mengetahui apakah pelaku UMKM tersebut telah mampu dalam memanfaatkan *e-Commerce* sebagai tempat untuk mengembangkan pemasaran produk UMKM mereka. Pada tahapan selanjutnya, berdasarkan hasil survei dan pendataan, penulis beserta mahasiswa/i KKNT-MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur melaksanakan program pemanfaatan *e-Commerce* dengan cara melakukan sosialisasi tentang pemanfaatan dan pembuatan *e-Commerce* bagi para UMKM tersebut. Para mahasiswa/i KKNT-MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur juga membantu para pelaku UMKM tersebut untuk membuat akun *e-Commerce* mereka pada aplikasi tokopedia.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

KKNT MBKM adalah sebuah program yang diadakan oleh UPN “Veteran” Jawa Timur dari Kemdikbudristek. Program tersebut bertujuan untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa dan membantu masyarakat secara langsung dengan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan. Penulis bersama dengan mahasiswa/i KKNT-MBKM ini, mengusung skema Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif, dimana skema tersebut berfokus kepada para pelaku UMKM di Desa Sumurmati, Kabupaten Probolinggo.

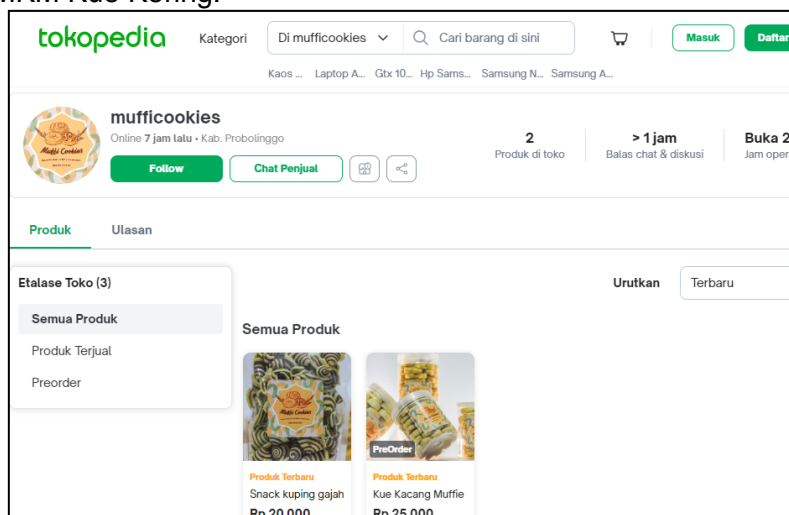
Salah satu program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh penulis dan mahasiswa/i KKNT UPN “Veteran” Jawa Timur ini adalah dengan memberikan sosialisasi terkait pemanfaatan *e-commerce* tokopedia sebagai upaya pengembangan umkm kue kering di Desa Sumurmati. Dalam proses pelaksanaan program tersebut, mahasiswa/i KKNT MBKM di Desa Sumurmati ini melakukan survei dan juga pendataan pada UMKM Kue Kering sebagai tahap awal pelaksanaannya. Dalam proses survei tersebut, mahasiswa/i KKNT MBKM mengumpulkan data tentang bagaimana produksi UMKM nya, bagaimana penjualan produknya, kendala apa yang ditemui selama proses penjualan, sejauh mana pemasaran dari produk UMKM nya, dan apakah terdapat akun *e-commerce* sebagai tempat untuk memasarkan produk UMKM nya tersebut.



Gambar 1. Survei dan Pendataan UMKM Kue Kering

Dari hasil data yang didapatkan pada saat survei tersebut, dapat diidentifikasi bahwa UMKM Kue Kering ini memiliki berbagai macam jenis kue kering dan juga peralatan untuk produksinya juga termasuk alat produksi yang modern. Namun, permasalahannya ada pada pemasaran produk UMKM nya tersebut. Dengan penjualan yang sudah cukup bagus, sangat disayangkan apabila produk UMKM Kue Kering tersebut tidak dipasarkan lebih luas lagi. Pemilik UMKM ini, hanya memanfaatkan toko oleh-oleh kecil di sekitar Kecamatan Sumurmati dan juga pemesanan melalui aplikasi WhatsApp saja. Pemilik UMKM juga menuturkan bahwa beliau sempat menggunakan media sosial Instagram pribadi sebagai tempat untuk mempromosikan kue keringnya tersebut, akan tetapi promosinya dirasa oleh pemilik kurang membuahkan hasil, sehingga pemilik tidak melanjutkan promosinya tersebut.

Dari permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kue Kering tersebut, maka tahapan yang dilakukan oleh mahasiswa/i KKNT MBKM selanjutnya adalah dengan memberikan sosialisasi kepada pemilik UMKM tentang pemanfaatan e-commerce sebagai tempat bagi mereka untuk mengembangkan pemasaran produk UMKM mereka. Dalam pelaksanaannya, sosialisasi ini dilakukan di kediaman Ibu Muffida, selaku pemilik usaha UMKM Kue Kering. Setelah melakukan survei dan juga sosialisasi singkat tentang pemanfaatan e-commerce sebagai tempat untuk mengembangkan pemasaran produk UMKM, pada hari selanjutnya mahasiswa/i KKNT-MBKM membantu dalam pembuatan akun e-commerce pada UMKM Kue Kering. Adapun e-commerce yang digunakan sebagai tempat pemasarannya adalah Tokopedia. Tidak hanya itu, mahasiswa/i KKNT-MBKM ini juga membantu untuk membuatkan akun instagram yang khusus digunakan untuk mempromosika UMKM Kue Kering.



Gambar 2. Akun Tokopedia UMKM Kue Kering

Mahasiswa/i KKNT-MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur memilih aplikasi Tokopedia sebagai e-Commerce yang digunakan untuk memasarkan produk UMKM Kue Kering tersebut karena, aplikasi Tokopedia ini adalah aplikasi yang terpercaya dan paling aman untuk bertransaksi. Dalam aplikasi

Tokopedia ini paling banyak menjual produk-produk lokal Indonesia, hal tersebut dibuktikan dengan adanya program unggulan yang diusung oleh Tokopedia yaitu program “Bangga Lokal”. Dimana program tersebut adalah sebuah gerakan nasional yang bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM yang ada di Indonesia agar mereka dapat memasarkan produk unggulan mereka keseluruh Indonesia. Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh penjual untuk dapat mengikuti program tersebut sangatlah mudah dan cepat. Dengan penggunaan e-commerce, di harapkan dapat membantu usaha Kue Kering untuk mendapatkan kesempatan agar produknya dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan produk UMKM mereka.



Gambar 3. Program "Bangga Lokal" Tokopedia

## V. KESIMPULAN

Dari penjelasan diatas dapat diatrik kesimpulan bahwa dari dilaksanakannya program kerja “Pemanfaatan E-Commerce Tokopedia Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran UMKM Kue Kering di Desa Sumurmati” sebagai bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat, menemukan permasalahan bahwa para pelaku UMKM di Desa Sumurmati masih banyak yang belum memanfaatkan dengan baik teknologi e-commerce sebagai tempat mereka untuk memasarkan produk UMKM mereka secara luas di masyarakat.

Sebagai media yang dapat digunakan untuk memasarkan produk UMKM, e-commerce dapat memberikan kemudahan baik bagi penjual maupun pembeli untuk dapat melakukan transaksi jual beli meskipun terbatas jarak yang jauh. Adapun dari pelaksanaan program kerja tersebut, didapatkan output berupa keberhasilan mahasiswa/i KKNT-MBKM dalam melakukan sosialisasi berupa pemberian infomrasi dan pemahaman tentang pemanfaatan e-commerce, sehingga mampu menarik minat dari pelaku UMKM Kue Kering untuk dapat memanfaatkan e-commerce sebagai tempat bagi mereka untuk mengembangkan pemasaran produk UMKM nya, sehingga dapat meningkatkan penjualan bagi UMKM Kue Kering.

Dengan adanya program kerja tersebut, diharapkan tidak hanya memberikan dampak bagi perkembangan usaha UMKM Kue Kering saja, akan tetapi juga memberikan dampak bagi UMKM yang lain, dan juga kepada seluruh masyarakat yang ada.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Ibu Muffi selaku pemilik usaha UMKM Kue Kering Sumurmati atas kerjasamanya dan atas ketersediaan waktunya untuk melancarkan program kerja penulis dan juga rekan mahasiswa/i KKNT-MBKM. Terima kasih pula kepada koordinator UMKM, seluruh perangkat Desa Sumurmati, dan warga sekitar atas dukungan moril dan materilnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariefuzzaman, Siti Napsiyah. 2015. “Welfare Approach untuk Indonesia Damai dan Sejahtera: Perspektif Kesejahteraan Sosial.” *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial* 1(1):13–23. doi: 10.15408/empati.v1i1.9658.
- Budiwitjaksono, Gideon Setyo, Amalia Rizky Chairinnisa, Dina Indah Nurcahyani, Diva Delia Rossa Nicolas, and Talitha Pandya. n.d. “Sosialisasi Pentingnya Digital Marketing Sebagai Salah Satu Strategi dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Turi Kota Blitar.”
- HASTUTI, PUJI, AGUS NUROFIK, AGUNG PURNOMO, ABDURROZZAQ HASIBUAN, HANDY ARIBOWO, ANNISA ILMU FARIED, TASNIM, ANDRIASAN SUDARSO, IRWAN KURNIAWAN SOETIJONO, DIDIN HADI SAPUTRA, and JANNER SIMARMATA. n.d. *KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM*.

- 
- Hermawan, Irwan, Dewi Reniawaty, Panji Pramuditha, and Mira Ismirani Fudsyi. 2022. "Pelatihan E-Commerce Untuk Mendapatkan Peluang Bisnis Bagi Mahasiswa Politeknik LP3I Bandung Pasca Pandemi Covid 19." 8(1).
- Paramitha, Devy Indah, Annisa Fuji Yanti, Cindiana Mi'raj, Indah Novita Sari, and Muhammad Rizzami Aliffatarani. 2022. "Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Digital di Provinsi Kalimantan Timur Melalui Kampus UMKM Shopee." 6(2).
- Kominfo. 2019. "Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen". Dalam [https://www.tokopedia.com/help/article/program-stimulus-belanja-buatan-indonesia?utm\\_campaign=undefined&utm\\_source=whatsapp&utm\\_medium=Help-108563068-a-2639-130723&branch\\_match\\_id=1207797428801994220&branch\\_referrer=H4sIAAAAAAAAAA8soKSkottLXL&nPzi9ITclM1MvJzMvWd%2FILDfyTXTOc0oCANIzeGgiAAAA](https://www.tokopedia.com/help/article/program-stimulus-belanja-buatan-indonesia?utm_campaign=undefined&utm_source=whatsapp&utm_medium=Help-108563068-a-2639-130723&branch_match_id=1207797428801994220&branch_referrer=H4sIAAAAAAAAAA8soKSkottLXL&nPzi9ITclM1MvJzMvWd%2FILDfyTXTOc0oCANIzeGgiAAAA) diakses pada 10 Juli 2023
- Tokopedia.com. 2023. "Program Stimulus Belanja Buatan Indonesia". Dalam [https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media) diakses pada 12 Juli 2023