

PELATIHAN PENGENALAN E-COMMERCE BAGI PELAKU UMKM DI DESA JAYAGIRI KECAMATAN LEMBANG BANDUNG BARAT

Agus Kusmana¹, Syarif Ali²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Corresponding email: aguskusmana48@yahoo.com

ABSTRACT

Jayagiri Village, Lembang District, is located in the government area of West Bandung Regency. Most of the population in Jayagiri Village work as employees, laborers, entrepreneurs, employees and farming. For potential commodities in this area, there are several home industries as well as in the field of agribusiness. One of the agricultural commodities found in this area is the Jayagiri Coffee product which is ready to be consumed or ready to serve anytime anywhere. The development of information technology is very rapid. One example is the development of the internet, its existence has an influence on SMEs. related to the world of business or business. In addition to simplifying and accelerating the process of communication and information, information technology has many conveniences and functions from the use of digital media, encouraging the public or entrepreneurs to take advantage of the digital media in every activity. Other functions of using digital media include: branding, sharing, promotion, and marketing. Based on this reality, efforts to overcome problems in terms of marketing for MSMEs of Jayagiri Coffee. The next stage is to prepare so that MSME actors can be independent and can create webbs and understand E-commerce. This is done by providing training and guidance on on-line marketing and understanding about online marketing in the digital era and monitoring and mentoring.

Keywords : E-Commerce and UMKM

ABSTRAK

Desa Jayagiri, Kecamatan Lembang, terletak di wilayah pemerintahan Kabupaten Bandung Barat. Sebagian besar penduduk di Desa Jayagiri bekerja sebagai karyawan, buruh, pengusaha, karyawan dan pertanian. Untuk komoditas potensial di daerah ini, ada beberapa industri rumahan maupun di bidang agribisnis. Salah satu komoditas pertanian yang ditemukan di daerah ini adalah produk Kopi Jayagiri yang siap dikonsumsi atau siap disajikan kapan saja di mana saja. Perkembangan teknologi informasi sangat pesat. Salah satu contohnya adalah perkembangan internet, keberadaannya berpengaruh terhadap UKM. berkaitan dengan dunia bisnis atau bisnis. Selain menyederhanakan dan mempercepat proses komunikasi dan informasi, teknologi informasi memiliki banyak kemudahan dan fungsi dari penggunaan media digital, mendorong masyarakat atau pengusaha untuk memanfaatkan media digital dalam setiap kegiatan. Fungsi lain dari penggunaan media digital meliputi: branding, berbagi, promosi, dan pemasaran. Berdasarkan kenyataan tersebut, upaya mengatasi permasalahan dalam hal pemasaran bagi UMKM Kopi Jayagiri. Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar pelaku UMKM bisa mandiri dan bisa membuat webbs serta memahami E-commerce. Hal ini dilakukan dengan memberikan pelatihan dan bimbingan tentang pemasaran online dan pemahaman tentang pemasaran online di era digital dan pemantauan dan pendampingan.

Kata kunci : E-Commerce dan UMKM

PENDAHULUAN

Jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat yang cukup besar dapat dijadikan aset pembangunan bila kualitas sumber daya manusianya dikelola dengan baik. Tahun 2015 jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat mencapai 1.636.316 orang, penduduk laki-laki berjumlah 832.291 orang sedangkan perempuan 804.025 orang (BPS KBB, 2016). Usia 0 – 14 merupakan kelompok penduduk terbesar yaitu mencapai 27,11% dari total populasi. Hal ini menggambarkan pada 10 hingga 15 tahun mendatang Kabupaten Bandung Barat akan menerima bonus demografi yang cukup besar.

Pertanian, Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Bandung Barat dengan luas 130.577,40 Ha merupakan potensi dalam penyediaan ruang dan pemanfaatan lahan untuk kesejahteraan penduduk. Sebagian besar penggunaan lahan adalah untuk pertanian, perkebunan, kehutanan dan kawasan lindung. Sehingga kegiatan budidaya dan usaha berbasis pertanian sangat sesuai dikembangkan di Kabupaten Bandung Barat. Selain kesuburan tanahnya, juga secara agroklimat sangat sesuai untuk berbagai komoditas pertanian dan perkebunan. Beberapa komoditas unggulan komparatif maupun kompetitif di bidang pertanian tanaman hortikultura yaitu sayuran, buah-buahan yang terdiri dari alpukat, jambu biji, pisang, dan bunga yang terdiri dari krisan, gladiola, anggrek. Selain komoditas tersebut,. Permasalahan utama di sektor pertanian, perkebunan dan peternakan adalah: 1. Peningkatan produksi, produktivitas dan mutu hasil pertanian; 2. Ketersediaan dan kondisi infrastruktur, sarana prasarana, lahan dan air pertanian; 3. Peningkatan tingkat kesejahteraan dan pendapatan petani, Ketahanan pangan dan mempertahankan swasembada beras berkelanjutan; 5. Kualitas sumber daya manusia pertanian (petani dan aparatur pertanian); 6. Meningkatkan sarana prasarana dan daya saing produk pertanian (RPJMD KBB 2013-2018).

Fenomena yang terjadi di lapangan, terlihat ada kecenderungan terjadinya alih fungsi lahan produktif (sawah) menjadi wilayah perumahan pada beberapa wilayah. Namun demikian, potensi wilayah lahan yang masih cukup luas terutama untuk tanaman pangan, hortikultura dan peternakan harus tetap dipertahankan dan ditumbuhkembangkan menjadi agribisnis yang memiliki nilai tambah yang lebih besar. Potensi perikanan, terutama pada wilayah yang berada di kecamatan yang berdekatan dengan waduk Saguling memiliki prospek yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan. Demikian juga dengan potensi pertanian kopi di wilayah Desa Jayagiri Kecamatan Lembang, terutama pada wilayah yang berada di kawasan kaki gunung Tangkuban Perahu memiliki prospek yang sangat menjanjikan untuk ditumbuhkembangkan karena para petani kopi tersebut hasilnya diolah sendiri dan dipasarkan sendiri.

METODE PELAKSANAAN

1. Pemberian materi pengenalan E-Commerce di era digital bagi pelaku UMKM di desa Jayagiri Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat :

- a. Memberikan arahan cara pengenalan E-Commerce
- b. Mengenalkan internet sebagai media baru dalam berkomunikasi
- c. Mengenalkan aplikasi di era digital

2. Pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai pengenalan di era digital dan akun media sosial yang menjadi trend dalam media promosi bisnis saat ini. Tim pelatihan akan mengajarkan membuat toko di *e-commerce*

- a. Tim pelatihan akan mengajarkan bagaimana pembuatan akun media sosial dan mengelola akun tersebut.

- b. Memberikan pelatihan penggunaan pesan persuasif yang efektif untuk meningkatkan *awareness* calon pembeli
 - c.. Memberikan pelatihan bagaimana mengelola toko *e-commerce* tersebut
3. Mengadakan pelatihan pesan efektif. Kemampuan ini harus dimiliki oleh pelaku UMKM karena dengan gambar dan pesan yang menarik akan meningkatkan minat calon konsumen untuk membeli produk tersebut.
4. Tahapan edukasi berkelanjutan dilakukan sebagai upaya peningkatan efektivitas media promosi digital dengan memberikan evaluasi dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

Adapun metode kegiatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat adalah penyuluhan (seminar) mengenai pengenalan *e-commerce* Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar para pelaku UMKM dapat mandiri dalam urusan-urusan yang berkaitan dengan *e-commerce*. Hal ini dilakukan dengan memberikan pendampingan (bimbingan) selama 4 (empat) kali tentang prosedur sederhana yang harus dilakukan untuk memahami dan sekaligus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan akan dunia digital

Adapun proses evaluasi kepada peserta dilakukan pada beberapa tahap dengan indikator yang digunakan yaitu :

HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Jaya giri Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat dengan mitranya Kelompok UMKM Kopi Jayagiri Desa Jayagiri Kecamatan Lembang Bandung Barat. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2021. Para peserta yang hadir pada waktu pelaksanaan kegiatan ini adalah kelompok usaha kopi jayagiri.

Kegiatan pelatihan pembuatan situs blog sebagai media promosi telah dilaksanakan. Kegiatan ini dilaksanakan selama 6 jam pelajaran yaitu tanggal 27 Juli 2021. Metode pelaksanaan pelatihan adalah klasikal dengan metode pembelajaran berupa penjelasan atau menerangkan dengan menggunakan presentasi *powerpoint* dan menggunakan contoh studi kasus. Pelatihan dasar *e-commerce* merupakan pelatihan yang dilakukan untuk mendasari atau sebagai dasar pelatihan *e-commerce* yang sesungguhnya. Pelatihan *e-commerce* yang sesungguhnya ini dalam arti pelatihan penerapan aplikasi *e-commerce* berbasis CMS dan SEO yang dikembangkan dengan membangun aplikasi yang memiliki fitur-fitur sesuai keinginan pengguna. Materinya adalah membuat *web blog* dengan *blogspot* dan *e-commerce* dengan *prestashop*.

Waktu pelaksanaan pelatihan dasar *e-commerce* adalah selama 6 jam efektif yang dilaksanakan selama rentang waktu satu hari. Metode pelaksanaan adalah dengan melakukan percobaan langsung menggunakan komputer yang berbasis internet, maka ruangan yang digunakan adalah ruangan yang ada wifinya yang bisa terkoneksi ke internet. Namun demikian selain menggunakan ruangan yang terkoneksi dengan wifi internet juga menggunakan laptop yang dapat berbasis *off-line* dan *on-line* dengan menggunakan modem portable. Contoh-

contoh diberikan secara langsung melalui praktek yang dipandu oleh instruktur melakukan praktek di depan dan diikuti oleh peserta pelatihan. Jumlah peserta adalah dua puluh orang.

Pelatihan ini telah selesai dilaksanakan. Lama waktu pembelajaran *web blog* dengan *blogspot* tersebut adalah enam jam efektif yang dilaksanakan di laboratorium komputer dengan praktek langsung menggunakan komputer yang terkoneksi dengan internet. Materi ini menjadi dasar untuk melakukan pelatihan lebih lanjut tentang *e-commerce* dengan *prestashop*.

Materi dasar *web e-commerce* yang diberikan adalah *web blog* menggunakan *blogspot* sebagai dasar untuk mempublikasikan tulisan-tulisan artikel dan gambar-gambar dengan beberapa fitur yang tersedia didalamnya. Tujuannya agar peserta mampu menguasai dasar *web blog* sebagai bekal untuk menerapkan web yang berbasis CMS yang nantinya diterapkan dalam *e-commerce* yang dikembangkan.

Garis besar materi yang disampaikan dalam pelatihan *web blog* dengan *blogspot* ini adalah sebagai berikut :

- a. Membuat *account blog* sebagai langkah awal dalam membuat sebuah atau beberapa *webblog*,
- b. Mengganti tampilan *web blog* dengan *template desain* yang *responsive* dan lebih menarik sesuai dengan tema *webblog* tersebut,
- c. Mengganti alamat *url blog* menggunakan *Top Level Domain, 2nd Level Domain, 3rd Level Domain, Keyword On Domain* hingga *Sub Domain*,
- d. Mengisi artikel, foto, video dan konten lainnya ke dalam *webblog* tersebut sebagai sarana publikasi maupun promosi usaha.

Pelatihan selanjutnya adalah dasar *e-commerce* dengan menggunakan paket aplikasi *prestashop*. Pelatihan ini dilaksanakan setelah pelatihan *web blog* dengan *blogspot*. Tujuan pelatihan *e-commerce* dengan paket aplikasi *prestashop* adalah agar peserta pelatihan dapat membuat aplikasi *e-commerce* dengan bentuk *template e-commerce* secara gratis karena bersifat *opensource* artinya boleh di-gunakan, diunduh dan dikembangkan oleh siapapun dengan gratis. Tidak ada biaya yang dikeluarkan jika kita ingin menggunakan CMS yang ada kecuali kalau ingin di online-kan dengan domain yang profesional seperti *.com*.

Namun demikian untuk pelatihan ini dilakukan dengan melakukan online secara gratis, namun web gratis ini sifatnya sementara. Nantinya setelah selesai pelatihan baru diterapkan pada domain profesional yang dapat dibeli dari penyedia atau provider internet. Materi pelatihan berupa (1) Display produk disertai deskripsi dan harga, (2) Display produk terbaru, (3) Display produk terlaris, (4) Display harga promo, (5) Display keranjang belanja, (6) Display merek yang dijual, (7) Display rekening bank untuk pembayaran, (8) Display kontak yang bisa dihubungi, (9) Penghitung stok otomatis, (10) Penghitung ongkos kirim otomatis, (11) Fasilitas komunikasi real time online semacam YM.

Selain melakukan pelatihan *e-commerce* dengan *prestashop* yang dilakukan secara online, juga perlu dilakukan persiapan untuk pelatihan secara offline. Tujuannya agar setiap kali melakukan pembelajaran pelatihan pembangunan *e-commerce* dengan *prestashop* tidak harus tergantung pada keberadaan koneksi internet. Untuk kebutuhan tersebut maka perlu dilakukan instalasi secara local (*localhost*), sehingga setelah dilakukan pelatihan *prestashop* secara klasikal di laboratorium tersebut peserta dapat melakukan pelatihan secara mandiri dengan menggunakan PC atau laptop.

Adapun keberhasilan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilihat dari tolak ukur :

a. Respon dan aktivitas positif dari peserta pelatihan

Respons peserta dan aktivitas peserta pelatihan diukur melalui observasi selama pelatihan berlangsung dimana mereka sangat aktif dalam bertanya dan terlihat antusias mereka dalam mengikuti pelatihan.

b. Meningkatnya keterampilan peserta setelah mendapat pelatihan

Keterampilan peserta diobservasi pada saat pelatihan melalui pemberian modul pelatihan yang berisi langkah-langkah secara mendetail materi tentang pembuatan blog.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil evaluasi serta temuan-temuan yang kami peroleh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat kami simpulkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat ini telah mampu memberikan manfaat yang sangat besar dan tepat sasaran bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang menjadi khalayak sasaran dalam kegiatan ini. Bentuk pelatihan seperti ini merupakan bentuk yang sangat efektif untuk memberikan penyegaran dan tambahan wawasan serta pengetahuan baru di bidang teknologi informasi bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Agung, Adiono, 2016, Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM, Bandung. STIE-INABA

Dinkopumkm.semarangkota.go.id , 2019, Porduk UMKM dan Koperasi Dipamerkan, diakses 20 April 2020.

[William J. Stanton](#) , 2017, *Fundamentals of marketing*, Edition 9, McGraw-Hill.

[Philip Kotler](#), [Gary Armstrong](#), 2019, *Principles of Marketing*, Second European Edition, Prentice Hall.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

<http://bisnisukm.com/strategi-pemasaran-bisnis-melalui-internet-marketing.html>

Suci, R.Y. (2017) Perkembangan UMKM di Indonesia. *Cano Ekonomos*

Siswanto Sutojo, 2007, Strategi Manajemen Umum, Penerbit : PT. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.

Teguh Pudjo Muljono, 2011, Manajemen, Penerbit : BPFE, Yogyakarta.

Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 Tentang UMKM