

PELATIHAN PEMANFAATAN WEBSITE UMKM KEGIATAN JARINGAN INFRASTRUKTUR USAHA KECIL DAN MENENGAH KOTA SALATIGA

Suharyadi ¹⁾, Irwan Sembiring ²⁾

¹⁾²⁾ Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

haryadi@uksw.edu

ABSTRAK

E-commerce memiliki kekuatan yang sangat besar dalam meningkatkan perkembangan suatu usaha. Penggunaan *market place* memungkinkan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah untuk mempromosikan usahanya secara *online* serta memperluas pangsa pasar dalam rangka meningkatkan omset penjualan dan keuntungan. Sejauh ini, pemanfaatan *market place* untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di kota Salatiga masih sangat rendah. Oleh karena itu diperlukan kerjasama dari berbagai pihak untuk mendorong para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Salatiga lebih memaksimalkan penggunaan marketplace dalam rangka memajukan usahanya.

Dalam rangka mendukung UMKM di Salatiga, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah kota Salatiga bekerja sama dengan Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana menyelenggarakan pelatihan penggunaan marketplace yaitu <http://larisumkm.com> bagi para pelaku UMKM di Salatiga. Dalam kegiatan ini diberikan wawasan kepada para pelaku UMKM tentang model bisnis dan tata aturan bagaimana memasarkan produk melalui internet. Materi yang diberikan meliputi pemahaman tentang bisnis online, keamanan pembayaran dan teknis tata cara membuka toko online di sebuah portal jual beli online.

Pelatihan ini diikuti oleh 35 pelaku usaha di wilayah kota Salatiga, yang berasal dari berbagai bidang usaha meliputi usaha kuliner, kerajinan dan konveksi. Para pelaku UMKM sangat antusias dan sangat terbantu dengan pelatihan ini. Pengembangan aplikasi terus dilakukan untuk menunjang usaha para pelaku UMKM di kota Salatiga.

Kata kunci: e-commerce, marketplace, UMKM

ABSTRACT

E-commerce has a huge power in increasing the development of a business. The use of a market place allows micro, small and medium enterprises to promote their business online, as well as expand market share in order to increase sales turnover and profits. So far, the use of market place to support Micro, Small and Medium Enterprises in Salatiga (MSMEs) is still very low. Therefore, cooperation from various parties is needed to encourage the practitioners of micro, small and medium enterprises in Salatiga, to maximize more on the use of the marketplace in order to advance their business.

In order to support MSMEs (UMKM) in Salatiga, Department of Cooperative, Small and Medium Enterprises of Salatiga in collaboration with the Information Technology Faculty, Satya Wacana Christian University held a training using the marketplace namely <http://larisumkm.com> for MSME practitioners in Salatiga. In this activity, the practitioners of UMKM are given insight into business models and rules for how to market their products via internet. The material provided includes an understanding of online business, payment security and technical procedures for opening an online shop at an online buying and selling portal.

The training was attended by 35 businesses in Salatiga, who came from various business fields including: culinary, handicraft and convection businesses. The practitioners are very enthusiastic and helped by this training. Application development continues to support the efforts of UMKM practioners in Salatiga.

Keyword : E-Commerce, Marketplace, UMKM (MSME)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini berkembang sangat cepat dan merambah di semua bidang tidak terkecuali bidang usaha mikro di masyarakat. Kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh teknologi ini yang memacu perkembangan jual beli secara online. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus mampu bersaing dalam dunia bisnis yang mengandalkan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi informasi perlu mendapat perhatian lebih dari para pelaku UMKM. Penggunaan website, khususnya *marketplace* memiliki potensi yang sangat besar bagi perkembangan suatu unit usaha. Dari tahun ke tahun, omset penjualan *online* terus meningkat dan kepercayaan masyarakat untuk melakukan transaksi *online* juga semakin besar. Hal ini membuka peluang bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya lewat *marketplace*. Penggunaan *marketplace* untuk mendukung bisnis para pelaku UMKM juga akan meningkatkan daya saing UMKM tersebut.

Krisis ekonomi tahun 1997/1998 yang melanda Indonesia telah membuat perekonomian bangsa seakan terpuruk. UMKM ditengarai sebagai pahlawan ekonomi yang menyelamatkan ekonomi bangsa dari keterpurukan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan jumlah pelaku UMKM pasca krisis ekonomi yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Hal ini juga membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah badai krisis ekonomi. (Gunartin, 2017). UMKM terbukti mampu bertahan terhadap krisis moneter yang terjadi di Indonesia. Pertanyaan selanjutnya adalah apakah UMKM bisa bertahan terhadap persaingan bisnis serupa yang memanfaatkan teknologi informasi, contohnya bukalapak, tokopedia, shopee, atau startup yang lainnya.

Menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia adalah sebesar 64,68% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 264,16 juta jiwa atau sebesar 171,17 juta jiwa. Dari jumlah tersebut sebesar 7,6 % melakukan transaksi online untuk berbelanja barang dan jasa satu kali dalam sebulan, atau sekitar 13 juta orang yang berbelanja online dalam sebulan.



Gambar 1 survey APJII tahun 2019 tentang frekwensi berbelanja online

Sedangkan alasan utama masyarakat kurang berminat bertransaksi secara online disebabkan oleh beberapa alasan, sebesar 18,8 %, menyatakan lebih suka berbelanja langsung karena barang langsung didapatkan, sebesar 12,2 % menjawab belum bisa menggunakan aplikasi, sebesar 9,5 % khawatir barang tidak sampai dan sebesar 9,0 % khawatir barang tidak sesuai. Fakta menunjukkan bahwa masih ada sebagian dari masyarakat yang belum sepenuhnya yakin terhadap system belanja online. Faktor-faktor tersebut perlu mendapatkan perhatian dan pendampingan agar kekhawatiran masyarakat menjadi berkurang dengan cara memberikan pemahaman yang benar tentang system belanja online, sehingga hal ini bisa menjadi pemicu tumbuhnya UMKM yang berbasis teknologi informasi di masyarakat.

Menurut data Biro Pusat Statistik kota Salatiga, tahun 2017 jumlah unit usaha

di Kota Salatiga berjumlah 1.958 unit, dengan sebaran seperti yang ditampilkan dalam Tabel 1.

Tabel 1 sebaran UMKM di Kota Salatiga
Tahun 2017

Wilayah kecamatan	Industri kecil (unit)
	2017
Argomulyo	303
Tingkir	602
Sidomukti	472
Sidorejo	581
Salatiga	1958

Untuk meningkatkan daya saing UKM dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi, utamanya teknologi e-commerce, tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis, tetapi juga harus diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik melalui penggunaan software yang tepat. Perlu dilakukan pengembangan website dan e-commerce sebagai sarana untuk promosi dan pemasaran produk-produk usaha, sehingga akan meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan. Peningkatan pendapatan ini pada akhirnya akan mengembangkan usaha kecil dan menengah tersebut (Nuryanti, 2013)

Untuk membantu para pelaku usaha UMKM dalam mengembangkan usahanya lewat *marketplace*, maka Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah bekerjasama dengan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana menyelenggarakan pelatihan pemasaran lewat *marketplace* *larisumkm.com*. Sasaran dari kegiatan ini adalah para pelaku UMKM di Salatiga dan sekitarnya. Kegiatan ini juga merupakan wujud pengabdian kepada masyarakat pada aras Fakultas yaitu Fakultas Teknologi Informasi.

Mengacu pada permasalahan di atas, maka solusi yang diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pemahaman tentang e-commerce, peluang bisnis dan potensi yang

dapat diambil dari e-commerce, memberikan pemahaman mengenai teknik pembayaran dalam e-commerce dan tingkat keamanan dalam bertransaksi, strategi meningkatkan penjualan dengan cara mengemas produk dengan baik dengan memberikan pelatihan design kemasan dan yang terakhir adalah memberikan pelatihan secara langsung dengan aplikasi e-commerce *larisumkm.com*.

Target dan luaran dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini mengacu kepada kebutuhan pelaku UMKM dimana masyarakat membutuhkan kemampuan dasar dalam berinteraksi dengan teknologi informasi, antara lain memperkenalkan dan melatih pelaku UMKM membuat dan mengakses surat elektronik (email). Pengetahuan cara mengakses email sangat penting dikuasai oleh para pelaku UMKM, karena pemberitahuan pesanan barang dari calon pembeli adalah melalui email. Sehingga luarannya adalah masyarakat pelaku UMKM mengenal model bisnis secara online, serta memahami model transaksi pembayarannya. Dengan demikian program ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing pelaku UMKM dalam usaha di era dimana pemanfaatan teknologi informasi sudah diterapkan.

Selain pelatihan menggunakan aplikasi penjualan online, diberikan juga pendampingan. Pelatihan saja dirasa tidak cukup untuk memberikan pemahaman terhadap masyarakat dikarenakan aktifitas jual beli online akan terus berlangsung selama masyarakat menggunakan teknologi informasi. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penguatan UMKM di Salatiga sekaligus penguatan kelembagaan Fakultas Teknologi Informasi dalam upaya meningkatkan mutu Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang Pengabdian Kepada Masyarakat.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat berupa Pemanfaatan

Website UMKM Kegiatan Jaringan Infrastruktur Usaha Kecil Dan Menengah Kota Salatiga disajikan selama dua hari, yaitu tanggal 20 dan 21 Agustus 2018 yang bertempat di Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Praktik menggunakan aplikasi larisumkm dilaksanakan di laboratorium komputer karena dalam pelatihan ini dibutuhkan koneksi internet yang baik.

Metode yang dipakai dalam Program Pengabdian Masyarakat ini adalah ceramah dan praktik menggunakan aplikasi pemasaran online yaitu larisumkm.com.

Hari ke	Metode	Materi
1	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> e-commerce Tinjauan keamanan transaksi e-commerce Design kemasan
2	Praktik	<ul style="list-style-type: none"> Pelatihan pembuatan email Pelatihan pemasaran online larisumkm.com

Gambar 2 metode pelatihan larisumkm

Jumlah UMKM yang berada di bawah pembinaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Salatiga yang berjumlah 1958, tentunya tidak semua dapat disasar dengan maksimal. Karena keterbatasan tempat dan kapasitas laboratorium, maka hanya 35 UMKM yang dilatih untuk sementara waktu. Program ini akan terus berjalan tentunya dengan modifikasi metode serta konten system informasi yang dipakai, sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Program aplikasi LARISUMKM masih berbasis web dan belum dikembangkan dalam bentuk aplikasi mobile, namun meskipun berbasis web, aplikasi ini masih cukup nyaman jika diakses melalui perangkat mobile. Sebelum diberikan materi tentang aplikasi penjualan online, peserta diberikan pembekalan terlebih dahulu tentang dasar-dasar pengetahuan yang harus dimiliki jika akan berinteraksi dengan aplikasi online, yaitu peserta harus memiliki akun surat elektronik (email), dikarenakan pesan-pesan yang

dikirimkan oleh pembeli dikirimkan ke penjual melalui email.

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan hari pertama dengan penyampaian tiga materi. Materi *pertama* mengenai e-commerce, dalam sesi ini dipaparkan tentang pengertian e-commerce, keuntungan e-commerce serta model bisnis e-commerce. Pada sesi pertama ini menjadi materi kunci untuk membentuk mindset peserta tentang e-commerce.

Pelaku UMKM berasal dari latar belakang yang berbeda-beda, dan sebagian besar mereka tidak pernah mengenyam pendidikan tinggi. Hal ini menjadi tantangan sendiri bagi pengabdian untuk memaksimalkan transfer pengetahuan kepada para pelaku UMKM ini. Selain itu transaksi yang selama ini dilakukan adalah transaksi konvensional. Pada sesi ini dijelaskan bahwa dalam e-commerce penjual tidak berhadapan langsung dengan pembeli. Penjual dan pembeli dipertemukan melalui media yaitu system jual beli online. Peserta juga dijelaskan dengan besarnya potensi yang bisa diraih dengan jual beli secara online, barang-barang apa saja yang sering dibeli oleh masyarakat serta alasan mengapa masyarakat memilih melakukan transaksi secara online.



Gambar 3 Pelaku UMKM sebagai peserta pelatihan

Materi *kedua* tentang keamanan bertransaksi di internet. Pemaparan materi ini meliputi jenis transaksi *e-payment*, *security attack e-commerce*, keamanan

esrow dan regulasi. Para peserta diperkenalkan dengan sistem pembayaran online dimana dalam *e-commerce* melibatkan pihak ketiga sebagai penampung pembayaran sementara. Dalam sesi ini dikenalkan tiga buah jenis pembayaran dalam *e-commerce*, antara lain : (1) Transfer antar bank, (2) *Cash on Delivery* (COD) dan (3) melalui mekanisme rekening bersama atau Escrow. Materi *ketiga* tentang design kemasan. Pada sesi ini para peserta diperkenalkan bagaimana membuat produk lebih menarik dari sisi kemasannya. Tujuan dari pemaparan materi design kemasan ini adalah agar

para pelaku UMKM lebih memperhatikan juga tentang kemasan produk yang baik dan sehat serta menarik. Kemasan yang baik dan menarik akan menambah nilai jual suatu produk serta keamanan dari produk yang dijual.



Gambar 4. Penyampaian materi design kemasan

Kegiatan hari kedua adalah pelatihan praktek aplikasi *e-commerce*, yaitu www.larisumkm.com. Aplikasi *larisumkm* adalah hasil program pengabdian masyarakat hasil kolaborasi antara Dinas Koperasi dan UMKM Kota Salatiga dengan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

Pelatihan ini diikuti oleh 25 UMKM yang ada di kota Salatiga, yang bergerak dalam bidang kuliner, cinderamata dan fashion.

Inovasi produk dan teknik promosi yang menarik terhadap produk-produk UMKM perlu dilakukan agar pelaku UMKM bisa berkembang dan mampu

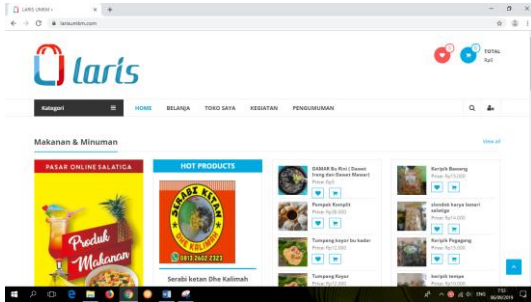
bersaing. Hasil inovasi produk perlu dikenalkan kepada calon konsumen melalui media yang mudah diakses. Program Pengabdian Masyarakat ini selain bertujuan agar pelaku UMKM memiliki kemampuan memasarkan produk melalui *marketplace*, juga diharapkan produk UMKM dikenal oleh calon konsumen melalui media website yang diakses melalui PC, laptop maupun perangkat mobile.



Gambar 5. Praktik menggunakan aplikasi *Larisumkm* di laboratorium komputer

Peserta training berlatar belakang minim pengetahuan tentang teknologi informasi, hal ini merupakan tantangan sendiri bagi pengabdian dalam melakukan pelatihan. Pelatihan dimulai dari bagaimana cara memiliki akun surat elektronik, bagaimana cara mengirim pesan dan membuka pesan. Akun email menjadi penting dimiliki sebelum melakukan pelatihan, karena pesan yang dikirimkan ke penjual adalah melalui email ini.

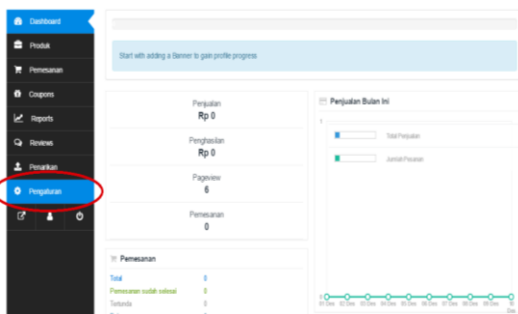
Peserta dilatih membuka pesan melalui email serta merespon pesan yang masuk. Merespon dengan melakukan tindak lanjut atas pesanan yang masuk. Setelah materi pembuatan akun email, selanjutnya diberikan materi aplikasi pemasaran online yang bisa diakses di <http://larisumkm.com>.



Gambar 6 Beranda web larisumkm.com

Gambar 6 adalah halaman depan saat pertama kali membuka laman larisumkm. Pada halaman ini pengunjung diwajibkan terlebih dahulu untuk mendaftar sebagai penjual atau pembeli. Jika akan mendaftar sebagai penjual, masuk ke laman “toko saya”. Pada laman tersebut calon penjual diminta untuk mendaftar dengan memasukkan alamat email, nama, nama toko, alamat URL toko serta nomor telepon. Dalam pelatihan ini dapat diidentifikasi kebutuhan kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM yang akan memasarkan produknya di Larisumkm.com.

Sebagaimana halnya sebuah kios atau toko, kita bisa menata barang dagangan kita. Semikian juga dalam system ini, sebagai pemilik akun penjual kita bisa mengatur barang dagangan yang akan kita jual.



Gambar 7. Laman pengaturan toko

Laman pengaturan toko hanya bisa dibuka oleh pemilik toko yang sebelumnya mendaftar di aplikasi. Pada laman tersebut sebagai pemilik toko dapat melakukan pengaturan foto barang yang dijual serta

harga barang. Penempatan dan pemilihan foto yang baik dan menarik menjadi penting karena konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang hanya melalui foto yang ditampilkan. Di akhir pelatihan, para peserta merasa mendapatkan hal yang baru dalam dunia bisnis yang selama ini digeluti. Tambahkan wawasan baru, dimana Teknologi Informasi dapat mempermudah semua permasalahan yang muncul, seperti kecepatan dalam berkomunikasi dan kemudahan dalam melakukan pemesanan.

KESIMPULAN

Perkembangan teknologi informasi semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi, termasuk informasi kebutuhan manusia atas makanan dan pakaian. Pelaku UMKM harus mendapatkan dukungan agar tumbuh, termasuk dukungan teknologi informasi. Peningkatan mutu SDM pelaku UMKM dalam bidang teknologi informasi menjadi penting agar mampu bersaing.

Dari Program Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan Pemanfaatan Website UMKM, dapat disimpulkan bahwa tidak cukup jika program yang diterapkan hanya pelatihan, namun dibutuhkan pendampingan yang diberikan secara terus menerus. Hal ini perlu dilakukan karena pola pikir masyarakat pelaku UMKM yang berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda-beda ini sangat beragam. Pengetahuan dasar tentang fotografi juga dirasa perlu untuk membekali para peserta dalam mengunggah foto-foto produk mereka yang menarik. Faktor lain yang cukup penting adalah dari sisi kemudahan penggunaan aplikasi. Aplikasi yang mudah untuk dioperasikan menjadi faktor yang penting dalam proses menumbuhkan semangat untuk belajar aplikasi online ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami berikan kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Salatiga, atas perhatian dan kepercayaan yang diberikan kepada pengabdian untuk memberikan pelatihan dan pendampingan

terhadap pemanfaatan aplikasi e-commerce LARISUMKM.

Ucapan terima kasih juga kami tujukan kepada Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga yang telah memberikan dukungan sarana dan prasarana sehingga pelatihan dan pendampingan kepada UMKM dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA/RUJUKAN

Aditya (2017), Salatiga miliki 1400 UMKM,
Retrieved from
https://krjogja.com/web/news/read/66490/Salatiga_Miliki_1_400_UKM

APJII. (2018). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. Jakarta. Retrieved from
<https://apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>

Gunartin (2017), Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa, *EDUKA Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, Vol. 1, No. V Desember 2017, ISSN : 2505-5406

Nuryanti (2013), Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM), *Jurnal Ekonomi*, Volume 21, nomor 4 Desember 2013