

PEMBERDAYAAN UMKM TAS DI DESA KLUDAN DENGAN PENGENALAN TEKNOLOGI E-MARKET

Latifah irsyadia¹, Wahyu Eko Puji²

^{1,2,3} Universitas Nahdlatul Ulama, Sidoarjo, Indonesia

E-mail : Firdosidos93@gmail.com¹, wahyueko.mnj@unsida.ac.id²

ABSTRAK

Jurnal ini bertujuan untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tas di Desa Kludan dengan memperkenalkan teknologi e-market. Penyuluhan dan pelatihan dilakukan untuk memperkenalkan e- market sebagai alat untuk memasarkan produk dan meningkatkan akses pasar. Dalam pelatihan ini, dijelaskan mengenai strategi pemasaran melalui platform e-market, teknik pengambilan gambar produk, serta penggunaan aplikasi dan situs web untuk mempromosikan produk. Selain itu, pembinaan dan pelatihan dilakukan dalam hal pengelolaan bisnis dan administrasi. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatnya pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan diri para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya melalui teknologi e-market. Selain itu, penggunaan teknologi e-market juga meningkatkan akses pasar bagi UMKM tas di Desa Kludan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan memajukan ekonomi lokal.

Kata Kunci : UMKM,e-market,pelatihan,pemasaran.

PENDAHULUAN

Desa Kludan merupakan salah satu desa yang berada di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur tepatnya di tanggulangun. Desa Kludan dikenal sebagai salah satu penghasil kerajinan kulit terbesar di Jawa Timur, Kludan juga dikenal sebagai industri perbelanjaan toko tas yang berbahan kulit berkualitas (Francisco, 2013). Berdiri sejak tahun 1939, bermula dari penduduk lokal yang memulai pembuatan tas hingga saat ini sebagian besar masyarakat desa Kludan, Desa ini

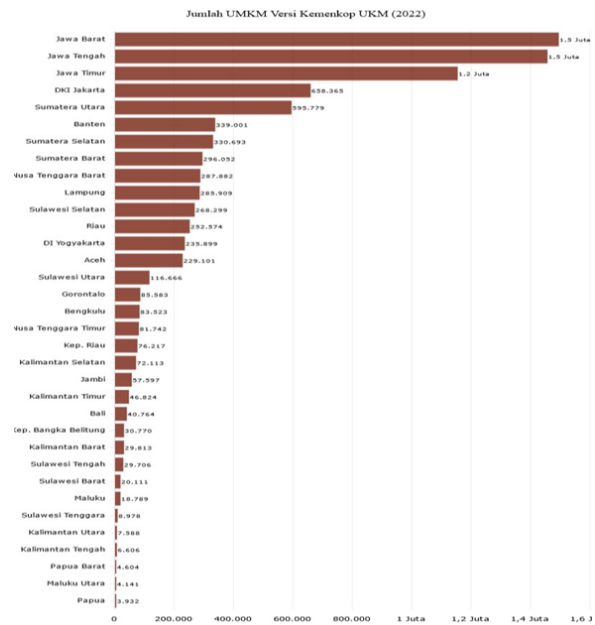
awalnya hanya menjual tas-tas kulit buatan tangan yang berkualitas tinggi. Namun kini, telah berkembang menjadi salah satu merek tas premium yang terus menghasilkan tas-tas berkualitas tinggi dan inovatif dalam berbagai model, ukuran, dan warna yang dapat memenuhi kebutuhan fashion setiap individu. Selain itu, wilayahnya juga memproduksi aksesoris lain seperti dompet, ikat pinggang, dan produk kulit lainnya (Rachmadian et al., 2019). UMKM tas di Desa Kludan menghasilkan tas-tas yang unik dan



ramah lingkungan. Namun, pemasaran tas-tas ini masih terbatas di wilayah lokal dan kurang dikenal oleh masyarakat luas (Reichenbach et al., 2019).

Berdasarkan latar belakang tersebut perlu dilakukan sebuah proyek pengabdian masyarakat untuk memperkenalkan teknologi e-market dan memberdayakan UMKM tas di Desa Kludan. Sebagian juga masih menggunakan cara pemasaran dari mulut ke mulut, sehingga sangat dibutuhkan pemasaran produk UMKM yang baik dengan strategi pemasaran yang tepat dan efektif sehingga dapat berkembang pemasarannya. Maka diperlukan perancangan jenis Promosi dengan konsep startegi kreatif serta bagaimana konsep pemasaran, Dengan adanya promosi yang tepat dan menarik yang di pasarkan melalui teknologi e-market, kemungkinan besar akan mempengaruhi pemasaran dan juga sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap adanya UMKM tas di desa kludan (Cahya et al., 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tumbuh subur di sejumlah daerah, dari data yang dilaporkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), total UMKM di Indonesia tembus 8,71 juta unit usaha pada 2022 .



Sumber: (databoks.katadata, 2022)

Gambar 1.Total UMKM di Indonesia (2022)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia memiliki peran dan potensi yang sangat besar dalam membangun perekonomian nasional dan sektoral (Mulyani et al., 2021). Indonesia telah dijuluki sebagai Negara yang berkembang, jadi penting sekali untuk memiliki social dan ekonomi yang baik, sekarang banyak sekali UMKM di Indonesia yang menyebar luas dan jumlahnya sangat besar, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi



UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi masyarakat berpendapatan rendah (Sri Solihah, 2022). terutama usaha mikro (UM) dan usaha kecil (UK) tersebar luas di seluruh wilayah pedesaan mereka mungkin memiliki signifikansi 'lokal' khusus untuk ekonomi pedesaan (Putra, 2016). oleh karena itu, pentingnya pembangunan ekonomi dalam pedesaan yang nantinya akan membantu perekonomian masyarakat menengah, mereka juga memiliki peran penting sebagai wadah pengembangan kewirausahaan dalam perekonomian Negara (Tambunan, 2019).

Teknologi E-market adalah platform online yang digunakan oleh perusahaan atau individu untuk menjual produk atau jasa mereka kepada konsumen. E-market menjadi pilihan yang ideal untuk para pelaku UMKM karena dapat memberikan banyak manfaat, seperti memperluas target pasar, menarik konsumen baru, serta meningkatkan keuntungan usaha. E-Market atau juga bisa dikenal e-marketing merupakan proses pemasaran yang menggunakan teknologi informasi elektronik khususnya adalah internet yang dapat menghubungkan penjual dan pembeli yang berbeda tempat. Calon pembeli dapat menghemat waktu dan biaya karena tidak perlu datang ke toko atau tempat sehingga dari tempat duduk mereka dapat mengambil keputusan dengan cepat (Kifti & Swaradana, 2020). Maka dari itu penting sekali teknologi e-market ini dikenal oleh para pelaku UMKM, karena bukan hanya memudahkan mereka dalam melakukan pemasaran tetapi teknologi ini dapat membantu usaha mereka dikenal di masyarat luas.

Penguasaan teknologi dalam pemasaran produk penting untuk dimiliki oleh pelaku UMKM. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan pemasaran UMKM tas di Desa Kludan melalui pemanfaatan teknologi E-market. Dengan teknologi e-market, pemasar dapat memperluas pasar mereka ke wilayah yang lebih luas karena internet dapat diakses dari mana saja (baik secara geografis maupun waktu). Ini memungkinkan UMKM di desa kludan untuk menjangkau konsumen baru dan menarik perhatian mereka, dan memungkinkan juga UMKM dapat mengurangi biaya operasional karena tidak ada biaya overhead seperti yang terjadi pada bisnis tradisional, seperti sewa toko, tagihan utility, dan biaya gaji pegawai. Hal ini dapat meningkatkan profitabilitas dan efisiensi bisnis (Pujiyanto, 2022).

PERMASALAHAN

Permasalahan dalam pengabdian masyarakat di desa kludan adalah :

1. Keterbatasan Aksesibilitas Teknologi: Salah satu permasalahan dalam pemberdayaan UMKM tas di Desa Kludan adalah keterbatasan aksesibilitas teknologi. Desa Kludan mungkin memiliki keterbatasan infrastruktur teknologi, seperti akses internet yang tidak stabil atau bahkan tidak tersedia secara luas. Hal ini dapat menghambat UMKM tas dalam memanfaatkan teknologi e-market untuk memperluas jangkauan pasar mereka.
2. Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan Digital: Pengenalan teknologi e-market memerlukan



pengetahuan dan keterampilan digital yang memadai. UMKM tas di Desa Kludan mungkin menghadapi kesulitan dalam memahami dan mengoperasikan platform e-market, mengelola inventaris online, mengoptimalkan gambar produk, atau melakukan kegiatan pemasaran digital. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan ini dapat menjadi hambatan bagi pemberdayaan UMKM tas di Desa Kludan.

3. Kepercayaan Konsumen terhadap Transaksi Online: Pengenalan teknologi e-market juga dapat menghadirkan permasalahan terkait kepercayaan konsumen terhadap transaksi online. Masyarakat Desa Kludan mungkin masih kurang percaya atau skeptis terhadap keamanan dan keandalan transaksi online. Hal ini dapat menghambat UMKM tas dalam membangun basis pelanggan online yang solid.
4. Persaingan dengan UMKM Lain: Dengan adanya teknologi e-market, UMKM tas di Desa Kludan akan menghadapi persaingan yang lebih ketat dengan UMKM tas dari daerah lain. Pengenalan teknologi e-market memungkinkan UMKM tas dari luar daerah untuk masuk ke pasar Desa Kludan dengan lebih mudah. Hal ini dapat menimbulkan tekanan kompetitif yang lebih tinggi bagi UMKM tas lokal.
5. Logistik dan Pengiriman: Salah satu aspek penting dalam penggunaan teknologi e-market adalah logistik dan pengiriman produk. Desa Kludan mungkin memiliki keterbatasan dalam hal infrastruktur logistik dan jaringan pengiriman yang efisien. Hal ini dapat menyulitkan UMKM

tas dalam menjalankan operasional pengiriman produk secara efektif dan tepat waktu.

6. Kesenjangan Digital Antar Generasi: Di Desa Kludan, mungkin terdapat kesenjangan digital antar generasi. Generasi yang lebih tua mungkin tidak terlalu terbiasa atau tidak memiliki minat yang tinggi dalam teknologi e-market. Hal ini dapat menjadi tantangan dalam mengadopsi teknologi baru dan melibatkan seluruh komunitas UMKM tas dalam upaya pemberdayaan melalui e-market.

METODE PELAKSANAAN

Tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berada di Desa Kludan tanggulgin sidoarjo jawa timur. Metode yang akan digunakan adalah metode penelitian kualitatif.

Metode penelitian :

1. Identifikasi masalah dan kebutuhan: penulis pengabdian masyarakat melakukan observasi di Desa Kludan untuk mengidentifikasi masalah dan kebutuhan yang dihadapi UMKM tas.
2. Pelatihan dan penerapan teknologi E-market: Penulis memberikan pelatihan kepada UMKM tas tentang teknologi E-market. Pelatihan meliputi cara membuat website, manajemen penjualan online, dan strategi marketing online. Setelah pelatihan, UMKM tas diminta untuk menerapkan teknologi E-market dengan membuat toko online untuk produk tas mereka.



3. Pembuatan bahan promosi: Penulis membantu UMKM tas dalam pembuatan brosur, katalog produk, serta pemilihan bahan baku untuk pengadaan bahan promosi.
4. Pelatihan mekanisme transaksi online: Penulis memberikan pelatihan kepada UMKM tas tentang mekanisme transaksi online yang mudah dan cepat serta aman untuk pelanggan.
5. Monitoring dan evaluasi: Penulis melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk melihat perkembangan UMKM tas setelah menggunakan teknologi E-market serta memberikan solusi untuk permasalahan yang terjadi. Evaluasi juga dilakukan pada penggunaan bahan promosi untuk memaksimalkan pemasaran online UMKM tas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan dari Metode Penelitian Kualitatif dalam Pengabdian Masyarakat di Desa Kludan, Tanggulangin, Sidoarjo, Jawa Timur dengan pengenalan Teknologi E-Market.

Dalam tahap identifikasi masalah dan kebutuhan, penulis pengabdian masyarakat melakukan observasi di Desa Kludan. Hasilnya mungkin mengungkapkan beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM tas, seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya pemahaman tentang pemasaran online, atau kendala dalam mempromosikan produk secara efektif. Identifikasi masalah dan kebutuhan ini menjadi dasar untuk merumuskan program pelatihan dan pendampingan yang sesuai.

Setelah identifikasi masalah dan kebutuhan dilakukan, penulis pengabdian memberikan pelatihan kepada UMKM tas mengenai teknologi E-market. Pelatihan meliputi pembuatan website, manajemen penjualan online, dan strategi pemasaran online.

Dalam tahap ini, UMKM tas didorong untuk menerapkan teknologi E-market dengan membuat toko online untuk produk tas mereka. Pengambilan data melalui foto bersama pelaku UMKM yaitu proses wawancara dari menjelaskan terkait pembuatan logo toko, pembuatan akun, sampai dengan pemasaran untuk pembuktian bahwa benar-benar melakukan pengabdian masyarakat di UMKM tas desa kludan.



Gambar 2 : Sosialisasi Digital Marketing

Hasil yang diharapkan dari pelatihan ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan UMKM tas dalam memanfaatkan teknologi E-market, sehingga mereka dapat mengelola toko online mereka dengan efektif dan meningkatkan



aksesibilitas produk mereka kepada pasar yang lebih luas.

Untuk membantu UMKM tas dalam memasarkan produk mereka secara online, penulis pengabdian masyarakat turut membantu dalam pembuatan bahan promosi, seperti pembuatan akun instagram dan shopee.

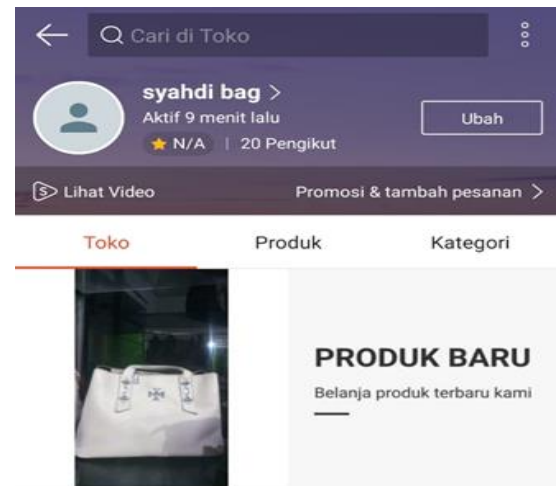
Dalam tahap ini, penulis pengabdian memberikan pelatihan kepada UMKM tas mengenai mekanisme transaksi online yang mudah, cepat, dan aman untuk pelanggan. Pelatihan ini bertujuan untuk memastikan bahwa UMKM tas dapat memberikan pengalaman berbelanja yang positif kepada konsumen, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi online dengan UMKM tas. Berikut salah satu toko tas di desa kludan :



Gambar 3 : Toko Tas Desa Kludan

Hasil dari pelatihan ini diharapkan adalah adopsi mekanisme transaksi online yang efektif oleh UMKM tas, yang dapat

meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong pertumbuhan bisnis mereka dalam pasar online. Berikut ini adalah hasil dari pembuatan akun yang telah dilakukan :



Gambar 4 : Bahan Promosi Online

Yang terakhir penulis pengabdian masyarakat memonitoring dan mengevaluasi



yang dilakukan secara berkala untuk melihat perkembangan UMKM tas setelah menggunakan teknologi E-market serta memberikan solusi untuk permasalahan yang terjadi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk memberdayakan UMKM tas di Desa Kludan melalui pengenalan teknologi e-market. Hasil dari kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

UMKM tas di Desa Kludan dapat meningkatkan akses pasar mereka. Melalui pengenalan teknologi e-marketplace, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas dan menjangkau konsumen di berbagai wilayah. Hal ini membuka peluang peningkatan penjualan dan pertumbuhan usaha bagi UMKM tas.

terjadi peningkatan efisiensi dan kemudahan dalam proses transaksi. Dengan adanya sistem pembayaran online dan pengiriman yang terintegrasi, transaksi antara UMKM tas dan konsumen dapat dilakukan dengan cepat dan nyaman. Hal ini mempercepat alur bisnis UMKM tas dan meningkatkan kepuasan konsumen.

UMKM tas di Desa Kludan berhasil meningkatkan visibilitas dan pemasaran produk mereka. Melalui e-marketplace, UMKM dapat memperlihatkan deskripsi produk, foto, dan testimoni pelanggan, yang membantu membangun citra merek yang kuat dan menarik minat konsumen potensial.

Untuk mengukur keberlanjutan kegiatan pengabdian ini, beberapa aspek yang dapat diteliti adalah:

Pertumbuhan Usaha UMKM tas: Melalui survei dan analisis data, dapat diteliti perkembangan dan pertumbuhan usaha UMKM tas setelah pengenalan teknologi e-market. Hal ini mencakup peningkatan penjualan, pangsa pasar, dan keuntungan yang diperoleh.

Pemanfaatan Teknologi E-Market: Dapat dilakukan penelitian untuk mengevaluasi sejauh mana UMKM tas di Desa Kludan memanfaatkan teknologi e-market secara optimal. Aspek yang dapat diteliti meliputi tingkat penggunaan platform e-marketplace, keaktifan dalam memperbarui konten produk, dan interaksi dengan konsumen melalui platform tersebut.

Dampak Sosial dan Ekonomi: Melalui studi kasus dan wawancara, dapat diteliti dampak sosial dan ekonomi dari pemberdayaan UMKM tas. Aspek yang dapat diteliti meliputi peningkatan pendapatan, peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar, dan kontribusi terhadap pengurangan pengangguran di Desa Kludan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, N., Zaen, P., Islam, M. A., Tanggulangin, K., & Sidoarjo, K. (2021). *PERANCANGAN MEDIA PROMOSI CV. MAJU MAKMUR TANGGULANGIN*. 2(3), 123–137.



- Francisco, A. R. L. (2013). Orientasi Strategi Dan Analisis Kinerja Pada Industri Tas Dan Koper (Intako) Tanggulangin. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kifti, W. M., & Swaradana, W. (2020). *ANALISIS DAN PERANCANGAN E-MARKETING DENGAN KONSEP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAJEMEN (CRM) Teknik Pengumpulan Data : a . Observasi. 4307(February), 57–63.*
- Mulyani, S., Gunawan, B., & Nurkhamid, M. (2021). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Bagi Umkm Kabupaten Pati. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 05(02), 529–534.
- Pujianto, W. E. (2022). Pengantar Manajemen Era Digital. In W. E. Pujianto (Ed.), *Pustaka Aksara. Pustaka Aksara.*
- Putra, A. H. (2016). *Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora.*
- Rachmadian, M., Wicaksono, A. D., & Wijayanti, W. P. (2019). *Pembangunan industri merupakan salah satu penggerak pembangunan nasional dibidang ekonomi dalam rangka menciptakan struktur secara nasional melalui penguatan struktur industri yang mandiri , sehat dan berdaya saing optimal dan efisien , serta mendorong ka. 8(0341), 63–70.*
- Reichenbach, A., Bringmann, A., Reader, E. E., Pournaras, C. J., Rungger-Brändle, E., Riva, C. E., Hardarson, S. H., Stefansson, E., Yard, W. N., Newman, E. A., & Holmes, D. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP VOLUME PENJUALAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (Studi Pada Pengrajin Tas dan Koper di Desa Kludan, Tanggulangin-Sidoarjo). *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Sri Solihah, N. E. Z. (2022). *Abdimas Galuh DAERAH CIAMIS TRAINING ON THE USE OF THE CANVA APPLICATION TO DEVELOP CREATIVITY IN MARKETING MSME PRODUCTS TYPICAL. 4(September), 1041–1049.*
- Tambunan, T. (2019). *Recent evidence of the development of micro , small and medium enterprises in Indonesia. 4.*

