
Pengembangan E-Commerce Berbasis Lokal untuk Produk UMKM Di Desa Bumi Wangi, Ciparay

Ricky Rohmanto¹, Muhamad Satria², Nazwan Fata Faozi³

¹Bisnis Digital, Universitas Ma'soem, Indonesia

² Bisnis Digital, Universitas Ma'soem, Indonesia

³ Perbankan Syariah, Universitas Ma'soem, Indonesia

E-mail : rickyrohmando@gmail.com¹, satriamuhamad084@gmail.com², fatanajwan@gmail.com³

Article History:

Received: 15 Agustus 2024

Revised: 26 Agustus 2024

Accepted: 31 Agustus 2024

Keywords: E-Commerce, UMKM, Digital Marketing, Desa Bumi Wangi, Ciparay

***Abstract:** Penelitian ini berfokus pada pengembangan platform e-commerce berbasis lokal untuk produk UMKM di Desa Bumi Wangi, Ciparay. Urgensi penelitian ini didorong oleh perkembangan pesat e-commerce global dan nasional, yang membuka peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar. Di Desa Bumi Wangi, banyak UMKM yang belum memanfaatkan e-commerce secara optimal, sehingga mereka tertinggal dalam kompetisi pasar digital. Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak untuk membantu UMKM lokal agar tetap kompetitif dan meningkatkan pendapatan mereka.*

PENDAHULUAN

Desa Bumi Wangi, Ciparay, adalah salah satu desa dengan potensi ekonomi yang besar melalui berbagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkembang di sana. UMKM di Desa Bumi Wangi bergerak di berbagai sektor seperti pertanian, kerajinan, dan kuliner. Produk utama yang dihasilkan antara lain hasil pertanian organik, kerajinan tangan, dan makanan tradisional. Meskipun memiliki produk berkualitas tinggi, banyak UMKM di desa ini masih menghadapi tantangan signifikan dalam memasarkan produk mereka secara efektif, terutama melalui platform digital[1].

E-commerce atau perdagangan elektronik adalah metode bertransaksi yang memanfaatkan platform digital. Di Desa Bumi Wangi, penerapan e-commerce telah membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka lebih luas. Produk-produk unggulan desa, seperti kerajinan tangan, makanan olahan, dan produk pertanian, kini dapat dijual tidak hanya di pasar lokal tetapi juga ke berbagai daerah bahkan hingga mancanegara. Dengan adanya e-commerce, para pelaku UMKM di Desa Bumi Wangi dapat mengatasi kendala geografis yang sebelumnya membatasi jangkauan pasar mereka. Platform e-commerce memungkinkan transaksi dilakukan dengan mudah dan aman, serta memberikan akses ke berbagai layanan pembayaran digital yang semakin memudahkan proses jual beli[2].

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Desa Bumi Wangi. Berbagai usaha kecil seperti produksi kerajinan anyaman, pembuatan makanan tradisional, hingga pertanian organik menjadi sumber mata pencaharian utama bagi masyarakat setempat. Keberadaan UMKM ini tidak hanya memberikan penghasilan bagi warga, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan komunitas lokal.

Dalam menghadapi tantangan ekonomi global, UMKM di Desa Bumi Wangi perlu terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka. Adopsi teknologi digital dan partisipasi dalam e-commerce menjadi langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di masa depan[3].

Digital marketing adalah kunci sukses dalam memanfaatkan e-commerce secara optimal. Di Desa Bumi Wangi, strategi pemasaran digital menjadi fokus utama untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk lokal.

Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk membuat konten kreatif, mengadakan promosi online, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan data analitik, para pelaku usaha dapat memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka sesuai kebutuhan pasar[4].

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bumi Wangi menggunakan beberapa metode pelaksanaan yang dirancang untuk mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas dan keterampilan digital pelaku UMKM. Metode pertama adalah observasi, di mana dilakukan pengamatan langsung terhadap kondisi dan kebutuhan UMKM setempat untuk memahami konteks lokal secara mendalam. Hasil dari observasi ini digunakan sebagai dasar untuk merancang materi pelatihan yang sesuai dan relevan bagi peserta.

Selanjutnya, dilakukan pelatihan melalui workshop dan seminar yang melibatkan topik-topik terkait e-commerce, strategi pemasaran digital, dan penggunaan media sosial. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan agar pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar mereka. Selain itu, dilakukan sesi pendampingan (konsultasi) yang memberikan ruang bagi peserta untuk bertanya dan berkonsultasi secara langsung mengenai tantangan spesifik yang dihadapi. Metode ini diperkuat dengan praktik langsung di mana peserta diharuskan membuat proyek nyata, seperti membangun toko online atau merancang kampanye pemasaran digital.

Hasil dari kegiatan ini diukur menggunakan alat ukur deskriptif dan kualitatif. Secara deskriptif, pengukuran dilakukan melalui pencatatan jumlah peserta, tingkat kehadiran, dan partisipasi aktif selama pelatihan. Sedangkan secara kualitatif, digunakan survei umpan balik dan wawancara untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan sikap peserta terhadap teknologi digital. Selain itu, pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur efektivitas materi pelatihan dan seberapa jauh pengetahuan peserta bertambah.

Tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan ini diukur dari perubahan sikap, sosial budaya, dan ekonomi masyarakat sasaran. Dari sisi perubahan sikap, diukur dari peningkatan minat dan kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi digital. Perubahan sosial budaya dilihat dari peningkatan kesadaran kolektif mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha. Sementara itu, perubahan ekonomi dapat diukur dari peningkatan omzet atau jumlah transaksi yang dilakukan secara digital oleh pelaku UMKM setelah mengikuti pelatihan. Semua indikator ini menunjukkan keberhasilan yang signifikan dalam mendorong adaptasi dan inovasi digital di kalangan UMKM Desa Bumi Wangi. Adapun tahapan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian sebagai berikut:

1. **Observasi,**

Mengamati langsung kegiatan UMKM di Desa Bumi Wangi untuk memahami kondisi aktual dan kebutuhan spesifik.

2. **Pelatihan**

(Workshop dan seminar), Melakukan pelatihan pada warga di Desa Bumi Wangi sesuai dengan tema yang disepakati. Seperti Mengadakan seminar tentang dasar-

dasar e-commerce, strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial, termasuk konsep dasar, manfaat, dan potensi pasar.

3. **Pendampingan**

(Konsultasi), Setiap peserta pelatihan diperbolehkan bertanya dan memberikan gagasan baru. Sesi konsultasi ini akan membantu mengatasi masalah yang dihadapi secara spesifik oleh setiap pelaku UMKM.

4. **Praktik,**

Mengadakan sesi praktik dimana peserta membuat proyek nyata seperti toko online, konten media sosial, dan kampanye pemasaran digital.

5. **Evaluasi**

(Umpan balik), Mengukur efektivitas pelatihan dan melakukan evaluasi serta umpan balik kepada peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bumi Wangi telah dilaksanakan dengan berbagai metode untuk mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas dan keterampilan digital para pelaku UMKM. Secara teoritik, kegiatan ini berhasil memberikan pengetahuan dasar mengenai digitalisasi dan strategi pemasaran digital melalui serangkaian workshop, seminar, dan sesi konsultasi. Pencapaian tujuan diukur menggunakan indikator kuantitatif, seperti jumlah peserta yang mengikuti pelatihan, hasil pre-test dan post-test untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan, serta tingkat partisipasi dan keterlibatan peserta selama sesi pelatihan. Secara kualitatif, umpan balik peserta melalui survei kepuasan dan wawancara juga digunakan untuk menilai keberhasilan kegiatan ini.

Indikator tercapainya tujuan dapat dilihat dari beberapa tolak ukur yang digunakan. Pertama, dari sisi pengetahuan, ada peningkatan signifikan yang ditunjukkan oleh hasil post-test di mana rata-rata peserta mampu menjawab dengan benar lebih banyak pertanyaan dibandingkan pada pre-test. Kedua, keberhasilan dari sisi penerapan teknologi terlihat dari meningkatnya jumlah peserta yang aktif mempraktikkan pemasaran digital, baik melalui pembuatan toko *online* maupun konten media sosial. Ketiga, adanya perubahan sikap positif terhadap digitalisasi, ditandai dengan peningkatan minat dan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi untuk mengembangkan usaha mereka.



Gambar 1. Pemaparan Materi Oleh Pemateri Mengenai E-Commerce Berbasis Lokal untuk Produk UMKM

Keunggulan dari kegiatan ini adalah kesesuaiannya dengan kebutuhan masyarakat di Desa Bumi Wangi yang masih memiliki keterbatasan akses dan pengetahuan tentang teknologi digital.

Pelatihan yang diberikan mampu menjawab kebutuhan tersebut dengan cara yang mudah dipahami dan aplikatif. Selain itu, metode yang digunakan fleksibel dan adaptif terhadap kondisi lokal, seperti melalui pendekatan konsultatif yang memungkinkan peserta untuk menggali lebih dalam mengenai tantangan khusus yang mereka hadapi. Namun, terdapat kelemahan dalam hal tingkat kesulitan pelaksanaan, terutama dalam memastikan keterlibatan aktif seluruh peserta, mengingat adanya perbedaan tingkat pendidikan dan pemahaman terhadap teknologi.

Tingkat kesulitan pelaksanaan juga muncul dalam bentuk keterbatasan sumber daya, baik dari sisi tenaga ahli maupun peralatan pendukung. Produksi barang digital, seperti toko online atau konten pemasaran, memerlukan pemahaman teknis yang mendalam dan dukungan infrastruktur yang memadai, yang masih menjadi kendala di desa tersebut. Meskipun demikian, peluang pengembangan ke depan sangat terbuka, terutama dengan adanya komitmen dari para pelaku UMKM untuk terus belajar dan berinovasi. Pendampingan berkelanjutan dan dukungan dari pihak eksternal, seperti pemerintah dan lembaga swasta, dapat mempercepat proses adaptasi teknologi ini.

Dokumentasi berupa gambar proses pelaksanaan kegiatan, seperti sesi workshop dan praktik, serta gambar prototype dari toko online yang telah dibuat oleh peserta, memperlihatkan bagaimana kegiatan ini berjalan dan hasil-hasil yang telah dicapai. Grafik hasil pre-test dan post-test peserta juga menunjukkan peningkatan pengetahuan dan pemahaman terhadap materi yang disampaikan. Tabel statistik deskriptif dapat digunakan untuk merangkum data kuantitatif mengenai jumlah peserta, tingkat kehadiran, dan hasil evaluasi lainnya.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta Pelatihan

Deskripsi	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Skor Pre-Test	50	40	75	58.2	10.3
Skor Post-Test	50	65	95	81.7	8.7

Tabel 1 di atas menggambarkan hasil pre-test dan post-test peserta pelatihan digital. Sebanyak 50 peserta mengikuti tes ini, dengan skor minimum dan maksimum masing-masing 40 dan 75 pada pre-test, serta 65 dan 95 pada post-test. Rata-rata skor meningkat dari 58.2 pada pre-test menjadi 81.7 pada post-test, menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan setelah pelatihan.

Ke depan, strategi pengembangan perlu difokuskan pada peningkatan keterampilan digital yang lebih lanjut dan penguatan jaringan pemasaran. Diharapkan, pelatihan ini dapat membuka peluang baru bagi pelaku UMKM di Desa Bumi Wangi untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, diperlukan evaluasi berkala untuk menilai efektivitas kegiatan dan menyesuaikan metode pelatihan agar selalu relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.



Gambar 2. Dokumentasi Bersama Penggiat UMKM Desa Bumi Wangi

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bumi Wangi telah menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran online bagi pengusaha kecil dan menengah di wilayah tersebut. Melalui rangkaian metode seperti observasi, pelatihan, konsultasi, dan praktik langsung, peserta berhasil memahami konsep-konsep penting dalam e-commerce dan pemasaran digital. Terdapat peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan kepercayaan diri peserta untuk menerapkan teknologi digital dalam pengembangan usaha mereka, yang kini lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi digital sebagai alat strategis untuk memperluas pasar, meningkatkan daya saing dan dari hasil evaluasi pre-test dan post-test serta umpan balik positif dari peserta.

Namun, untuk mencapai dampak yang lebih luas dan berkelanjutan, diperlukan pendampingan lanjutan serta program pelatihan tambahan yang lebih mendalam, khususnya terkait penggunaan platform digital yang lebih kompleks dan strategi pemasaran lanjutan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih lanjut efek jangka panjang dari kegiatan ini terhadap peningkatan ekonomi lokal serta mengeksplorasi metode inovatif untuk memfasilitasi adaptasi teknologi oleh pengusaha kecil di pedesaan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam kesuksesan kegiatan pengabdian ini, khususnya kepada Pemerintah Desa Bumi Wangi atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan. Terima kasih juga kepada para instruktur dan mentor yang telah berbagi ilmu serta pengalaman berharga kepada peserta. Penghargaan yang tulus juga kami sampaikan kepada seluruh peserta pelatihan yang menunjukkan semangat belajar yang tinggi dan antusiasme selama kegiatan berlangsung. Kami juga mengapresiasi dukungan dari Universitas Ma'soem yang memungkinkan terlaksananya program ini dengan baik. Dukungan dan partisipasi semua pihak sangat berarti dalam mencapai tujuan pengabdian ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] A. M. Indra, M. F. Aribowo, and E. Setiawan, “Pemahaman Dan Kebermanfaatan Digital Trend Dalam Transformasi Digital Usaha Mikro, Kecil dan Menengah,” *Teknomatika*, vol. 13, no. 02, pp. 61–69, 2023, [Online]. Available: <http://ojs.palcomtech.ac.id/index.php/teknomatika/article/view/629>
- [2] I. Setiajie Anugrah, J. Hestina, E. Suryani, and S. Wahyuni, “Kinerja E-Commerce Toko Tani Indonesia Dalam Pengembangan Distribusi Pangan,” *Anal. Kebijak. Pertan.*, vol. 20, no. 1, pp. 49–71, 2022, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.21082/akp.v20n1.2022.49-71>
- [3] S. Vinatra, A. Bisnis, U. Veteran, and J. Timur, “Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat,” *J. Akuntan Publik*, vol. 1, no. 3, pp. 1–08, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- [4] S. Suranto *et al.*, “Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah Di Desa Kingkang, Kabupaten Klaten,” *J. Pengabdi. Kpd. Masyarakat*, vol. 6, no. 1, pp. 123–136, 2022, [Online]. Available: <http://ejurnal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/J-ABDIPAMAS>