

Meningkatkan Perekonomian UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Melalui *E-Commerce* Pasca Covid-19

Hal. 1

Riski Aseandi¹, Egi Ridwansyah², Anggi Febriyani³

^{1,2,3}STAI Syekh H. Abdul Halim Hasan Al-Ishlahiyah Binjai

¹riskiaseandi@ishlahiyah.ac.id, ²egiiridwansyahh@gmail.com ,

³ang744063@gmail.com

ABSTRAK

Dampak perekonomian pasca Covid-19 mengubah trend masyarakat dalam jual-beli, munculnya *E-Commerce* menjadikan ekonomi tumbuh pesat secara masif. Dalam mengakses *E-Commerce* pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) membutuhkan pengetahuan dan pengalaman untuk mengaksesnya. Abdimas ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM yang ada di desa Bekulap dalam memasarkan produknya menggunakan *E-Commerce* sebagai strategi dalam melakukan adaptasi di pasca Covid-19. Tujuan dari Abdimas ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan masyarakat untuk melakukan digital marketing khususnya *E-Commerce*. Mitra pada pengabdian ini adalah pemerintah Desa Bekulap yang bertugas sebagai fasilitator tempat dan menghimpun masyarakat sebagai peserta. Hasil Abdimas ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dan kemampuan para peserta untuk memanfaatkan *E-Commerce*.

Kata Kunci: Covid-19; *E-Commerce*; UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

PENDAHULUAN

UMKM menjadi salah satu bidang usaha yang memiliki peranan penting bagi pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) Maret 2021, jumlah UMKM di Tanah Air telah mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07 persen atau senilai Rp 8.573,89 triliun (Jakarta: Kementerian Investasi/BPKM, 2021). Dengan adanya UMKM ini mampu mendongkrak sektor perekonomian masyarakat dan mendukung laju pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Dampak terjadinya

Covid-19 di Indonesia berakibat pada penurunan aktivitas jual-beli ditengah masyarakat hal ini mendasari karena adanya kebijakan pembatasan aktivitas mobilisasi yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi turun dengan tajam, sehingga pelemahan perekonomian nasional yang terjadi akibat dampak Covid-19 masih terasa hingga sekarang. Saat ini pemulihan perekonomian perlahan mulai dilakukan, kebijakan dikeluarkan oleh pemerintah bertujuan membangkitkan gairah dan semangat perekonomian kembali berjalan seperti sebelum Covid-19 masuk ke Indonesia, hal ini perlu diketahui perekonomian Indonesia turun drastis selama 2 tahun terakhir.

Hal. 2

Momentum pandemi Covid-19 telah mengubah gaya hidup masyarakat dalam aktivitas jual-beli, fenomena ini dapat dilihat semakin meningkatnya pemanfaatan *E-Commerce* di Indonesia. Pemanfaatan *E-Commerce* berawal digemari anak-anak muda Milenial tetapi dengan adanya terjadinya Covid-19 masyarakat dari semua lapisan dituntut untuk bisa menggunakan teknologi sehingga pemanfaatan *E-Commerce* sudah berada pada level semua lapisan masyarakat. Hal ini terlihat lonjakan penggunaan digitalisasi dimana pada masa wabah Covid-19 masyarakat dipaksakan menggunakan aplikasi online (belajar, bekerja, Konsultasi, dll). Momentum ini menjadi peluang bagi pelaku UMKM yang terdampak Covid-19 khususnya pelaku UMKM kecil didaerah Indonesia. Shopee mencatat ada 260 juta transaksi sepanjang kuartal II 2020 dengan rata-rata lebih dari 2,8 juta transaksi per hari. Catatan ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 130% dibanding tahun sebelumnya (mediaindonesia.com, September 2020).

Sebagai diketahui Bisnis elektronik (*electronic business* atau *e-business*) adalah proses bisnis yang memanfaatkan penggunaan teknologi digital dan internet dalam operasional utamanya. *Ebusiness* meliputi aktivitas pengelolaan internal suatu perusahaan serta kegiatan koordinasi dengan supplier dan rekan bisnis lainnya (Laudon & Laudon, 2014). Dan *E-commerce* (*electronic commerce*) adalah bagian dari *e-business* (*electronic business*) yang berhubungan dengan kegiatan jual-beli barang/jasa melalui Internet. E-commerce juga meliputi aktivitas yang mendukung transaksi tersebut, seperti periklanan, pemasaran, dukungan konsumen, keamanan, pengiriman, dan pembayaran (Laudon & Laudon, 2014). Perusahaan *E-Commerce* yang sekarang beroperasi di Indonesia seperti, Shopee, Lazada , BukaLapak, Tokopedia, Dll,

Ini juga menjadi tantangan bagi pelaku usaha yang berusia 40 Tahun keatas karena konsumen saat ini lebih mendominasi berbelanja menggunakan *E-Commerce* dibandingkan secara langsung. Pelaku UMKM dituntut mampu menggunakan *E-Commerce* yang mana penggunaan tersebut menggunakan teknologi, hal ini berguna untuk meningkatkan keuntungan dan penjualan produk. Salah satu contoh konkrit dilapangan adalah pernah terjadi aktivitas penjualan produk Pasca Covid-19 mengalami penurunan dan sepi pembeli. Hal ini berdampak pada masyarakat yang sudah mempunyai pilihan sendiri dalam

berbelanja *online* dan *offline*, dengan adanya pilihan tersebut pendapatan para pelaku usaha terjadi penurunan.

Dengan adanya permasalahan tersebut maka pelaku usaha dituntut harus dapat meningkatkan *hard skill* dan *soft skill* juga mampu beradaptasi dengan dunia digitalisasi khususnya penggunaan *E-Commerce*. ini salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM, untuk dapat meningkatkan pendapatan penjualan dan meningkatkan perekonomian UMKM. Mendasari hal itu diperkuat dengan pernyataan ahli, *E-commerce* telah meningkatkan jumlah pembeli di negara maju bahkan di negara berkembang, seperti Malaysia, Singapura, Thailand, dan Pakistan (Bhatti et.al., 2020). Bahkan di Indonesia juga mengalami kenaikan yang cukup signifikan (Sudaryono et al., 2020). Maka dari itu pemerintah dan akademisi dituntut untuk memberi kontribusi dan pendampingan dalam menangani masalah ini. Fenomena inilah yang kemudian menggerakkan tim Abdimas untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Meningkatkan Perekonomian UMKM Melalui *E-Commerce* Pasca Covid 19.

Hal. 3

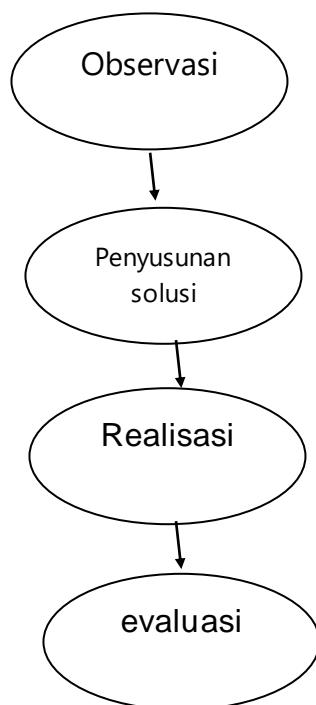
Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai Meningkatkan Perekonomian UMKM Melalui *E-Commerce*, mengedukasi masyarakat, mengenai metode, tips dan trik dalam melakukan digital marketing, menumbuhkan optimisme para pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya pasca Covid-19. Mitra pada abdimas ini adalah perangkat Desa Bekulap, yang bertindak sebagai fasilitator tempat dan penghimpun masyarakat sebagai peserta Abdimas. Pemilihan Desa ini dikarenakan terdapat mahasiswa dan mahasiswi STAI Syekh H. Abdul Halim Hasan Al-Ishlahiyah Binjai yang sedang mengikuti program kuliah kerja nyata, sehingga kegiatan Abdimas ini merupakan puncak acara KKN yang ada pada Desa Bekulap.

METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan empat tahap yakni: (1) Observasi; (2) Penyusunan solusi (3) pelaksanaan; (3) Evaluasi. Observasi awal dilakukan dengan mendatangi langsung Desa Bekulap sekaligus mensupervisi kegiatan KKN mahasiswa. Kegiatan observasi ini dilakukan untuk menemukan permasalahan yang terjadi pada Desa Bekulap, setelah ditemukannya masalah langkah selanjutnya yang dilakukan oleh tim Abdimas adalah melakukan FGD membahas permasalahan-permasalahan yang terjadi kemudian merumuskan solusi-solusi yang tepat guna untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang terjadi, setelah solusi dianggap sudah direncanakan dengan matang, langkah selanjutnya adalah merealisasikan solusi yang sudah direncanakan sebelumnya. Realisasi solusi ini adalah melakukan pelatihan *E-Commerce* kepada pelaku UMKM di Desa Bekulap dengan metode ceramah, metode ini dipilih karena terbukti paling efektif untuk menyampaikan informasi

kepada publik (Rianto et al., 2020).

Langkah akhir yang dilakukan setelah realisasi adalah melakukan evaluasi untuk mengukur apakah Abdimas ini sukses dilakukan atau tidak.



Gambar 1. Peta Jalan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Kegiatan abdimas yang dilakukan di kantor kepala Desa Bekulap, Kecamatan Selesai, Kabupaten Langkat berjalan dengan lancar, meskipun ada sedikit kendala yang dihadapi. Kegiatan abdimas ini merupakan kegiatan abdimas paralel yang dilakukan oleh dosen STAI Syekh H. Abdul Halim Hasan Al-Ishlahiyah Binjai, dimana terdapat 3 dosen yang melakukan abdimas. Pelaksanaan abdimas ini dibantu oleh para mahasiswa dan mahasiswi STAI Syekh H. Abdul Halim Hasan Al-Ishlahiyah Binjai yang sedang mengikuti program kuliah kerja nyata di Desa tersebut.

Kegiatan abdimas ini dimulai pada urutan kedua sehingga cara tidak dibuka secara seremoni, dikarenakan opening seremoni sudah dilakukan secara kolosal di awal acara. Kegiatan abdimas ini dimulai dengan pembukaan oleh moderator yang membacakan *curriculum vitae* pemateri, selanjutnya adalah sesi penyampaian materi oleh Riski Aseandi yang membawakan materi *E-Commerce*. Materi yang disampaikan oleh pemateri sangat lugas dan komperhensif. Pemateri menjelaskan pentingnya melakukan pemasaran secara online, tips dan trik melakukan *E-Commerce*, dan *sharing season* yang menjelaskan bisnis-bisnis

yang sukses dengan melakukan dalam digital marketing, sehingga menimbulkan ketertarikan bagi seuruh peserta.

Para peserta yang mendengarkan materi ini pun sangat antusias, dimana hampir seluruh peserta yang berjumlah sekitar 30 orang terpaksa mendengarkan materi yang sedang diberikan. Interaksi pun sering terjadi diantara pemateri dan peserta, sesekali pemateri langsung menyapa peserta untuk memastikan para peserta memahami materi yang disampaikan, begitu pula sebaliknya, terdapat pula beberapa peserta yang memberikan pertanyaan-pertanyaan sebagai respon atas materi yang telah diberikan.

Hal. 5



Gambar 2: Momen Penyampaian Materi

Hambatan yang terjadi pada kegiatan ini adalah Hujan turun lebat dilokasi kegiatan sehingga terjadi keterlambatan pada momen opening seremoni sehingga berdampak pada tertunda jadwal pada kegiatan selanjutnya, untuk mengatasi hal ini tim Abdimas meminta kepada pemateri untuk merampingkan lagi materi yang akan disampaikan, dan membatasi penyampaian hanya pada satu sesi, sehingga acara berakhir pada waktu yang sudah ditentukan. Kendala selanjutnya terletak pada matinya listrik sehingga berakibat matinya sound sistem. Tim abdimas sempat sedikit panik khawatir adanya pemadaman listrik, namun tim Abdimas bertindak cepat mendatangkan mesin Genset sehingga sound sistem dapat hidup kembali dan kegiatan dapat dilanjutkan kembali. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa kegiatan abdimas. Ini telah memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat. hal ini diindikasikan dari telah meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai *E-Commerce*. Harapan tim abdimas para pelaku UMKM di Desa Bekulap, Kecamatan Selesai dapat mengimplementasikan ilmu yang telah diterimanya dari abdimas ini, sehingga usaha yang digeluti dapat berkembang maju. Tim abdimas juga berpesan kepada pemerintah kabupaten Langkat dapat lebih menggali potensi-potensi usaha yang ada di Kabupaten Langkat. Tim abdimas menilai Kabupaten Langkat dapat semakin maju dengan perkembangan UMKM yang

ada pada kabupaten tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Pelaksanaan Abdimas yang dilaksanakan dikantor Desa Bekulap, Kecamatan Selesai, Kabupaten Langkat berjalan dengan sukses. Hal ini tercermin dari hasil evaluasi yang telah dilakukan yang menunjukkan terjadinya peningkatan kemampuan arah pelaku UMKM di Desa Bekulap melakukan kegiatan *E-Commerce*. Acara yang disertai oleh beberapa kendala telah berhasil diselesaikan, sehingga acara berjalan lancar, para peserta antusias dalam mendengarkan pemaparan materi dari pemateri, interaksi antara pemateri dan peserta pun sangat intens terjadi.

Hal. 6

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah meridhoi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini, kemudian kepada seluruh tim pengabdian yang selalu kompak bekerja sama dan sama-sama bekerja mensukseskan kegiatan pengabdian, kepada para mahasiswa/i STAI Syekh H. Abdul Halim Hasan Al Ishlahiyah yang sedang mengikuti program KKN di desa Bekulap, kepada Ketua LPPM dan juga Ketua Perguruan Tinggi STAI Syekh H. Abdul Halim Hasan Al Ishlahiyah yang telah memberikan support berupa moral dan materil dalam penyelenggaraan program pengabdian masyarakat ini

DAFTAR PUSTAKA

- Bhatti, Anam, Akram, H., Basit, H.M., Khan, A.U., Naqvi, S.M.R., Bilal, M. (2020). *E-commerce trends during COVID-19 Pandemic. International Journal of Future Generation Communication and Networking*, 13(2), 1449-1452.
- Rianto, H., Olivia, H., & Fahmi, A. (2020). Penguatan tata kelola dan manajemen keuangan pada pelaku usaha di kawasan wisata tiga ras danau toba. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(2), 291–299. <https://doi.org/10.31764/jmm.v4i2.2050>
- <https://mediaindonesia.com/ekonomi/341479/e-commerce-panen-di-masa-pandemi> tanggal 2 September 2020.
- <https://pip.kemenkeu.go.id/id/data-publikasi/berita-terbaru/123-pip-dukung-penguatan-kontribusi-umkm-terhadap-ekonomi-indonesia>. tanggal 14 April 2022.
- Laudon, Kenneth C. & Laudon, Jane P. (2014). *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. Edisi 13. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.