



JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
<http://ojs.uninus.ac.id/index.php/JPKM>
DOI: <https://doi.org/10.30999/jpkm.v13i1.2480>



PENINGKATAN KUALITAS UKM KULINER SAUNG AMBU 711 BERBASIS E COMMERCE DI DESA CIPAGALO KABUPATEN BANDUNG

**Nia Karniawati^{1*}, Rino Adibowo², Dewi Triwahyuni³, Muhammad Rizki Nurkandias⁴, Zidan R. Majid⁵,
Faiza Rahma Nur Safitri⁶, Haura Anindia⁷, Alya Rihhadatul Aisy⁸**

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Prodi Ilmu Pemerintahan FISIP Unikom
Jl. Dipati Ukur 112-116 Bandung Jawa Barat
e-mail: nia.karniawati@email.unikom.ac.id

Naskah diterima; Februari 2023; direvisi April, disetujui Mei 2023; publikasi online Juli 2023

Abstrak

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kualitas UKM Kuliner Saung Ambu 711 berbasis e-commerce. E-commerce merupakan penjualan secara online. Salah satu pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang ekonomi atau pelaku usaha berupa e-commerce. Mitra PKM ini merupakan pelaku UKM kuliner yang bergerak dibidang ekonomi produktif, yaitu Saung Ambu 711 yang berlokasi di Desa Cipagalo Kabupaten Bandung. Terdapat dua permasalahan pada mitra, yaitu pemasaran produk dan manajemen usaha. Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan dengan pendampingan kepada mitra. Hasil pelaksanaan PKM menunjukkan bahwa terdapat dua permasalahan yang ada pada mitra, pertama permasalahan pemasaran, ini diatasi dengan peningkatan dalam pemasaran konvensional dan dilakukannya pemasaran digital. Program yang dilakukan dengan adanya kekuatan kemampuan mitra melalui Pelatihan e-commerce. Kedua, permasalahan manajemen usaha. Hal ini diatasi dengan dilakukannya pendampingan manajemen usaha melalui pembelian barang yang menunjang operasional usaha mitra.

Kata Kunci: e-commerce, UKM

Abstract

The purpose of this activity is to improve the quality of e-commerce in Saung Ambu 711 Culinary UKM. E-commerce is selling online. One of the uses of information technology in the economic field or business actors is e-commerce. This PKM partner is a culinary UKM engaged in the productive economy, namely Saung Ambu 711 which is located in Cipagalo Village, Bandung Regency. There are two problems with partners, namely product marketing and business management. The method of implementing PKM activities is carried out with assistance to partners. The results of the implementation of PKM show that there are two problems that exist with partners, the first is a marketing problem, this is overcome by an increase in conventional marketing and digital marketing. The program is carried out with the strength of partner capabilities through e-commerce training. Second, the problem of business management. This is overcome by providing business management assistance through the purchase of goods that support partner business operations.

Keywords: e-commerce, UKM

A. PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi informasi telah mencakup semua aspek kehidupan sehari-hari masyarakat dalam berbagai bidang.

Bidang Pendidikan dan ekonomi pun tidak lepas dari pemanfaatan teknologi. Salah satu contoh pelaksanaan ekonomi adalah usaha yang dijalankan oleh masyarakat, yang dikenal dengan usaha kecil menengah atau UKM.

UKM merupakan salah satu roda ekonomi yang dijalankan oleh masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan. UKM biasanya berupa usaha rumahan dengan modal terbatas. UKM mempunyai peranan strategis dan penting bagi pertumbuhan ekonomi [1]

UKM harus dapat memanfaatkan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi informasi untuk menunjang efektifitas kerja atau kegiatan jual beli dan meningkatkan keterampilan dalam pemanfaatan jaringan internet, khususnya pemasaran produk secara on line [2]. Salah satu pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang ekonomi atau pelaku usaha berupa e-commerce. e-commerce merupakan penjualan secara online. E-commerce merupakan jawaban akan tantangan bagi generasi milenial. Ecommerce merupakan aplikasi belanja yang memudahkan pembeli untuk membeli barang sesuai kebutuhannya [3]. Penerapan teknologi informasi khususnya pemanfaatan ecommerce sudah sangat teruji manfaatnya untuk mempromosikan produk barang atau jasa. Tren bisnis saat ini sudah memasuki era Industri 4.0 yang tidak bisa terpisahkan dengan online/internet. E-commerce menjual 79 produk kepada konsumen secara online. Proses menjual dan membeli dengan memanfaatkan internet dapat disebut dengan e-commerce [4].

Pemasaran melalui penjualan online saat ini merupakan salah satu solusi untuk meningkatkan omset. Proses yang dapat dilakukan tanpa harus mendatangi lokasi penjual sangat memudahkan pembeli. Manfaat e-commerce, yaitu: (1) Dapat memiliki pasar inter-nasional; (2) Bisnis beroperasi tanpa harus terhalang oleh batas negara; (3) Anggaran dapat dihemat; (4) Proses jual-beli berlangsung cepat dan menekan resiko human-error; (5) Menekan pemakaian kertas dalam aktivitas, dimulai dari tahap desain, produksi, pengiriman, distribusi hingga marketing[5]. E-commerce juga dapat meningkatkan pemasaran produk dari pelaku UKM. Penggunaan media online dalam berpromosi dan memasarkan produk dapat meningkatkan penjualan. E-Commerce adalah berpotensi menciptakan teknopreneur dan

meningkatkan pertumbuhan UKM [6]

Perguruan tinggi mempunyai kewajiban melaksanakan tri darma perguruan tinggi, yaitu Pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat (PKM). Kegiatan PKM dapat diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini sebagai kontribusi Lembaga Pendidikan di masyarakat. Kegiatan PKM ini tidak saja melibatkan dosen namun juga mahasiswa. Hal ini untuk mendukung transformasi Pendidikan tinggi melalui Indikator Kinerja Utama (IKU). Terdapat 8 IKU dari perguruan tinggi, yaitu : (1) Lulusan mendapatkan pekerjaan yang layak, (2) Mahasiswa mendapat pengalaman diluar kampus, (3) Dosen berkegiatan diluar kampus, (4) Praktisi mengajar didalam kampus, (5) Hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat, (6) Program studi bekerjasama dengan mitra sekelas dunia, (7) Kelas yang kolaboratif dan partisipatif, (8) Program studi bertandar internasional. Ini merupakan program yang diluncurkan oleh Kemendikbud RI. Kegiatan PKM ini mempunyai dengan target capaian 3 IKU yaitu nomor (2) Mahasiswa mendapat pengalaman diluar kampus; (3) Dosen berkegiatan diluar kampus, dan (5) Hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat, dengan adanya hasil riset yang bermanfaat bagi masyarakat.

Kegiatan PKM ini mengambil judul : Peningkatan Kualitas UKM Kuliner Saung Ambu 711 berbasis e-commerce di Desa Cipagalo Kabupaten Bandung. Pemilihan mitra yaitu UKM Kuliner Saung Ambu 711 karena saat ini belum memanfaatkan e-commerce. UKM Kuliner Saung Ambu 711 merupakan usaha masakan sunda dengan tema masakan rumahan. Berlokasi di Desa Cipagalo Kabupaten Bandung dan memiliki tempat yang memadai sebagai warung masakan. Lokasi yang strategis, di Jalan Tirtawangi Raya Kabupaten Bandung, yang merupakan jalan alternatif dari wilayah Ciganitri ke wilayah Cikoneng. Pemasaran yang telah dilakukan berupa pemasaran cara konvensional, yaitu makan di tempat dan dibawa pulang. Tempatnya luas namun kurang memadai dalam fasilitas sarananya.

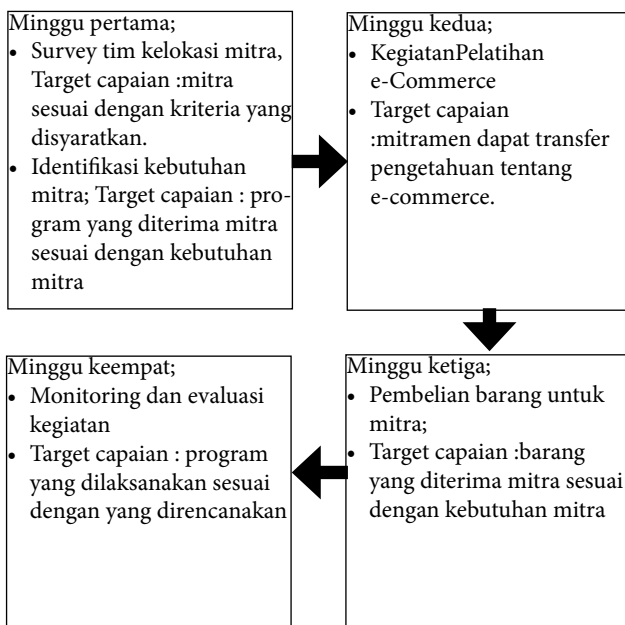
Mitra merupakan pelaku UKM kuliner

yang bergerak dibidang ekonomi produktif. Terdapat dua permasalahan pada mitra, yaitu pemasaran produk dan manajemen usaha. Saat ini pemasaran yang dilakukan mitra berupa cara konvensional belum secara maksimal menggunakan e-commerce yang merupakan pemasaran secara digital. Pemasaran dilakukan dengan menunggu pembeli datang. Dalam hal ini diperlukan peningkatan fasilitas makan ditempat agar lebih nyaman. Selain itu dalam manajemen usaha, diperlukan peningkatan fasilitas produksi.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kualitas UKM Kuliner Saung Ambu 711 berbasis e-commerce. Program Pelatihan e-commerce menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan mitra. Melalui pelatihan e-commerce, anggota kelompok UKM mendapatkan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi untuk menunjang efektifitas kerja atau kegiatan jual beli dan meningkatnya keterampilan dalam pemanfaatan jaringan internet, khususnya pemasaran produk secara on line [7].

B. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan dengan pendampingan kepada mitra. Berikut ini tahapan pelaksanaan PKM :



Gambar 1. Alur Pelaksanaan PKM

Berdasarkan tabel diatas, kegiatan PKM ini dilakukan selama empat minggu. Setiap kegiatan mempunyai target capaian. Target capaian tersebut sesuai dengan tujuan pelaksanaan PKM.

Pada minggu ke dua, dilakukan Kegiatan Pelatihan e-Commerce dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2022. Materi yang disampaikan dalam pelatihan ini adalah: (1) e-Commerce, Target capaian : Mitra mengetahui tentang e-commerce secara teori dan perkembangannya. (2) Strategi Digital Marketing untuk UMKM, target capaian : mitra mengetahui penggunaan digital marketing dalam pemanfaatan e-commerce. (3) Perijinan Usaha, target capaian : mitra mengetahui tentang aturan dalam perijinan usaha di Kabupaten Bandung. Berikut poster kegiatan Pelatihan e-commerce :



Gambar 2. Poster Kegiatan (Sumber : Hasil PKM, 2022)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan ekonomi digital ditandai

dengan kegiatan-kegiatan perekonomian yang memanfaatkan teknologi informasi. Pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi untuk menunjang efektifitas kerja atau kegiatan jual beli dan meningkatnya keterampilan dalam pemanfaatan jaringan internet, khususnya pemasaran produk secara on line [7].

Mitra merupakan pelaku UKM kuliner yang bergerak dibidang ekonomi produktif. Terdapat dua permasalahan pada mitra, yaitu pemasaran produk dan manajemen usaha. Saat ini pemasaran yang dilakukan mitra berupa cara konvensional belum secara maksimal menggunakan e-commerce yang merupakan pemasaran secara digital. Pemasaran dilakukan dengan menunggu pembeli datang. Dalam hal ini diperlukan peningkatan fasilitas makan ditempat agar lebih nyaman. Selain itu dalam manajemen usaha, diperlukan peningkatan fasilitas produksi.

Terdapat dua permasalahan yang ada pada mitra, pertama permasalahan pemasaran dan kedua permasalahan manajemen usaha. Berikut ini solusi permasalahan yang dilaksanakan untuk permasalahan pemasaran, pertama, pemasaran konvensional, dilakukan peningkatan dalam pemasaran konvensional melalui peningkatan fasilitas makan ditempat agar lebih nyaman. Program yang dilakukan dengan pendampingan pembelian barang dengan pembiayaan hibah. Kedua, pemasaran digital, dilakukan peningkatan kemampuan mitra dalam menggunakan teknologi informasi dalam penjualan. Program yang dilakukan dengan adanya keguatan Pelatihan e-commerce. Materi yang disampaikan dalam pelatihan ini merupakan pengetahuan tentang e-commerce. Pemanfaatan e-commerce dalam upaya meningkatkan produktivitas mitra. Materi yang disampaikan dalam pelatihan ini adalah: (1) e-Commerce, Target capaian : Mitra mengetahui tentang e-commerce secara teori dan perkembangannya. (2) Strategi Digital Marketing untuk UMKM, target capaian : mitra mengetahui penggunaan digital marketing dalam pemanfaatan e-commerce. (3) Perijinan Usaha, target capaian : mitra mengetahui tentang aturan dalam perijinan usaha di Kabupaten Bandung.

Permasalahan dalam manajemen usaha diatasi dengan dilakukannya pendampingan manajemen usaha melalui pembelian barang yang menunjang operasional usaha mitra. Target luaran yang dicapai adalah tersedianya sarana yang menunjang operasional usaha sehingga meningkatkan produktivitas mitra.

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan memperhatikan pencapaian dari target yang telah ditentukan. Hal ini untuk memastikan keberlanjutan program yang telah dilakukan. Perlu dilakukan pembinaan dan pendampingan kepada peserta pelatihan untuk menjamin keberlangsungan dan keberlanjutan dari hasil pelatihan tersebut. Dengan demikian kebermanfaatan pelatihan dapat terwujud bagi optimalisasi pelayanan kepada masyarakat [8].

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi informasi yang dikenal dengan e-commerce dalam pemasaran usaha merupakan hal yang diperlukan saat ini. Untuk itu perlu dilakukan peningkatan kemampuan dari pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan e-commerce dalam memasarkan hasil produksinya.

Untuk itu perlu adanya kegiatan-kegiatan dari berbagai pihak dalam rangka meningkatkan kemampuan pelaku UKM dalam memanfaatkan e-commerce. Selain itu pihak pemerintah perlu memberi dukungan kepada pelaku UKM melalui kemudahan dalam proses perijinan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan PKM ini merupakan Program Insentif Pengabdian Masyarakat Terintegrasi Dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Berbasis Kinerja Indikator Kinerja Utama Bagi Perguruan Tinggi Swasta Tahun 2022. Untuk itu ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Dirjen DIKTI yang telah mendanai kegiatan

PKM ini.

Ucapan terima kasih Kami sampaikan juga kepada Universitas Komputer Indonesia, khususnya Divisi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat (DP2) dan UKM Kuliner Saung Ambu 711 sebagai mitra PKM.

dan Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce di Desa Cikakak Kecamatan Banjarharjo. JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS Vol.2, No.1, Agustus 2021, p.59-64.

- [8] A Kuswandi, D Kurniasih, N Karniawati. 2018. Pelatihan e-government bagi aparat pemerintah desa di Kecamatan Ciampel Kabupaten Karawang. Jurnal Abdimas Mandiri Vol.1/No.2/2018

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Handayani, T., Sidiq, F. & Nur, S. 2021. Upaya Pengembangan UMKM Melalui Pengelolaan Manajemen pada UMKM Konveksi Mutiara. Jurnal Abdi Masyarakat UMUS, 1(02), 44– 51.
- [2] Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- [3] Fauziyah, M. A., Handayani, S., Program, E. E., & Malang, U. N. 2020. Pengaruh Intensitas Pemanfaatan E-commerce Dan Tingkat Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Siswa Di SMA Negeri 4 Malang 1, 2. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 13(1), 76–83.
- [4] Chandra, G., Tjiptino, F. & Chandra, Y. 2004. Pemasaran Global: Internasionalisasi dan Internetisasi. Ed. I. Yogyakarta: Andi.
- [5] Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. 2015. Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan Online. Jurnal Administrasi Bisnis, 29(1), 1–9.
- [6] Wicaksono, I. B. A., & Sukapto, P. 2021. Pengaruh online shopping experience produk fashion terhadap customer satisfaction dan repurchase intention The impact of online shopping experiences with fashion products on customer satisfaction and repurchase intention. Forum Ekonomi, 23(1), 20–28.
- [7] Permana, Agyztia, dkk. 2021. Penyuluhan