

PEMBERDAYAAN PELAKU UMKM PEMPEK RUMAHAN DI WILAYAH 1 ILIR PALEMBANG MELALUI PELATIHAN PENGUNAAN E-COMMERCE SEBAGAI USAHA MENINGKATAN PENDAPATAN

Gonan Sumadi^{1*}, Andriansyah², Nurhayani³

¹Program Studi Manajemen Informatika, Universitas Siguntang Mahaputra, Palembang, Indonesia

²Program Studi Manajemen Informatika, Universitas Siguntang Mahaputra, Palembang, Indonesia

³Program Studi Sistem Informasi, Universitas Siguntang Mahaputra, Palembang, Indonesia

e-mail: gonansumadi92@gmail.com^{1*}, a.driansyah8@gmail.com², nurhayani141169@gmail.com³

Abstract

The implementation of the Community Service Program (PKM) carried out in Kelurahan 1 Ilir, Ilir Timur II District, Palembang City, was conducted in partnership with pempek and fish cake vendors operating from home-based businesses and small food stalls. As a traditional business that has been passed down for generations, the development of this culinary trade has continued to grow, with an increasing number of vendors selling and promoting these traditional foods in the area. The main challenge faced by these vendors and small business actors is the lack of significant improvement and expansion in marketing. In addition, the development of technology that enables the use of information technology as a marketing tool has not been well understood, and there are no resource persons available to broaden their knowledge, so they can take advantage of existing online technology to expand their marketing reach and ultimately increase the income and welfare of these home-based entrepreneurs.

Based on observations and analysis of field conditions, the identified problems of home-based entrepreneurs are, first, the low level of knowledge among vendors regarding e-commerce in business activities, including limited understanding of the impact and benefits of online trading, as well as the lack of knowledge and socialization about online shops as a means of marketing. Therefore, the solution to address these problems is to conduct socialization and training on e-commerce and its benefits for businesses. The stages of this program consist of the preparation stage, implementation stage, and reporting stage, which are expected to be completed within three (3) months.

The outcomes of the program implementation showed that business actors experienced an increase in their understanding of the importance of e-commerce, especially online marketing and its benefits. In addition, partners who previously did not have online shop accounts were able to create and register accounts after the training, which could then be utilized in their business activities.

Keywords: Home-based pempek business, E-commerce, Online shop

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan memberdayakan pelaku usaha, masyarakat secara luas dimulai dengan observasi terhadap kondisi lingkungan mitra yang menjadi objek pelaksanaan pk. Dalam hal ini tim merujuk kepada pelaku usaha yaitu pedagang pempek rumahan di wilayah kelurahan 1 Ilir kecamatan ilir timur I kota Palembang, dimana usaha yang dilakukan adalah usaha turun temurun yang telah berlangsung lama dan tetap dipertahankan oleh masyarakat. Hal ini dapat terjadi dikarenakan pempek adalah makanan khas kota Palembang yang cita rasanya melekat dalam keseharian masyarakat dan dapat diterima oleh seluruh kalangan masyarakat sehingga tidak heran jika sampai dengan

saat ini pasar dan konsumen makanan ini akan tetap terjaga utamanya di wilayah Kota Palembang. Disamping pempek sebagai komoditas utama terdapat juga berbagai jenis makanan lainnya yang juga terus terjaga pasarnya yaitu tekwan, modelm, burgo, laksan da lain lain. Hal ini menjadi kekuatan bagi pedagang untuk terus mengembangkan usahanya mengingat masih kuatnya budaya konsumsi makanan tradisonal ini di kalangan masyarakat Palembang khususnya. Dari hasil observasi di lokasi pelaku usaha dan wawancara dengan beberapa pedangan pempek yang ada didapat informasi yang menjadi catatan , dan selanjutnya dapat dirumuskan bahwa terdapat bebrapa permasalahan utama yang ada dan menjadi hambatan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan kesejahteraannya, yaitu :

- Pedagang dan pelaku usaha pada umumnya masih melakukan usaha dengan cara tradisional dan konvensional yaitu dengan membuka warung sederhana di lingkungan rumah masing-masing.
- Belum mendapat informasi yang luas tentang cara memanfaatkan teknologi informasi utamanta online shop dalam memasarkan produk dan memperluas jangkauan usahanya.
- Pedagang belum memahami manfaat yang akan diperoleh dengan menggunakan teknologi informasi sebagai saraana untuk memasarkan produk mereka.

Berdasarkan identifikasi dan simpulan terhadap permasalahan yang ada pada pelaku pedagang pempek di wilayah kelurahan 1 kecamatan ilir timur II ilir Kota Palembang, maka dapat dirumuskan pula solusi untuk mengatasi masalah yang ada yaitu dengan melaksanakan sosialisasi dan dan pelatihan dalam memanfaatkan online shop untuk memperluas pemasaran produk dan pemahaman tentang manfaat yang akan diperoleh dengan menggunakan teknologi informasi sebagai sarana pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

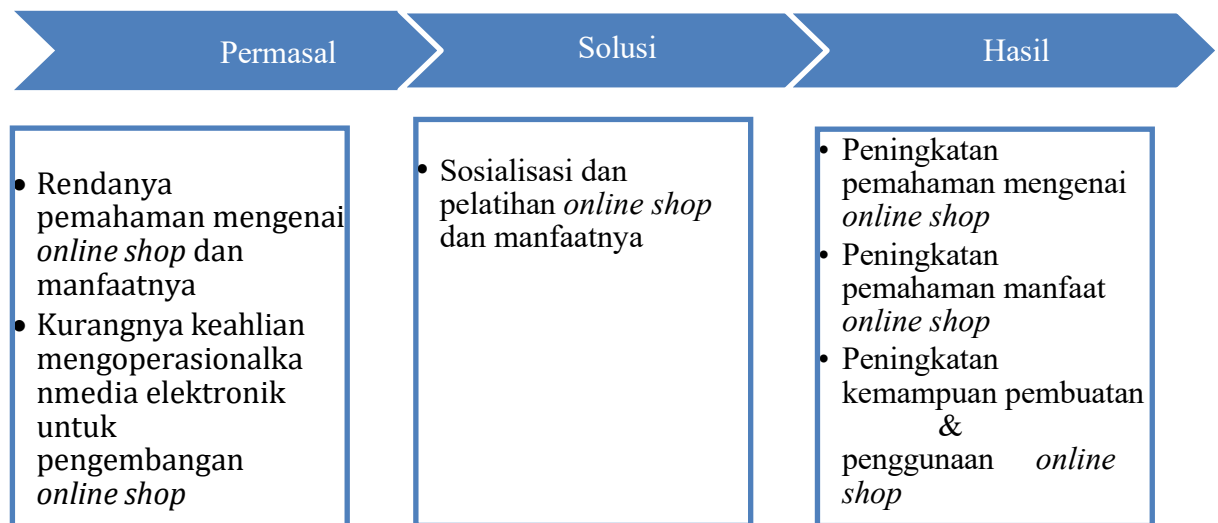
Tahapan kegiatan program PKM dapat dilihat berdasarkan table berikut:

Tahap Persiapan	
Pra-Survei	Observasi dan Identifikasi permasalahan dan kebutuhan Pelaku usaha
Pembentukan Tim PKM	Pembentukan Tim disesuaikan dengan jenis kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan
Pembuatan Proposal	Pembuatan proposal untuk menawarkan solusi permasalahan dan penyediaan dana dalam pelaksanaan kegiatan
Koordinasi Tim dan Mitra	Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan <i>jobdescription</i> dari Tim dan Mitra
Persiapan Alat dan Bahan Pelatihan	Pembelian dan penyewaan alat serta pembuatan materi kegiatan
Tahap Pelaksanaan (Laboratorium Prgram Studi manajemen Informatika UNSIGMA)	
Sosialisasi penggunaan <i>online shop</i> dan manfaatnya	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi (45 menit)

Pelatihan pembuatan dan penggunaan aplikasi <i>online shop</i>	Kegiatan dilaksanakan melalui pelatihan dan tutorial (60 menit)
Evaluasi Program	
Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikator keberhasilan program dengan adanya perubahan positif dari mitra (perkembangan usaha) setelah pelaksanaan program	
Pelaporan	
Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan program untuk kemudian dilakukan publikasi	

Tabel 5
Tahapan Kegiatan Program PKM

Selanjutnya dalam tahapan melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra dapat dilihat berdasarkan kerangka pemecahan masalah gambar berikut:



Gambar 2
Tahapan Pelaksanaan Solusi Permasalahan Mitra

Metode Pendekatan

Adapun langkah pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

a. Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan dengan memberikan pemahaman dan penjelasan tentang online shop termasuk perkembangannya saat ini yang semakin familiar dan umum digunakan oleh berbagai dunia usaha untuk mengembangkan dan memperluas pasar. Selanjutnya untuk lebih mengedepankan pentingnya penerapan online shop dalam pengembangan usaha dijelaskan dan dipaparkan pula manfaat dan kegunaan online shop bagi pelaku usaha khususnya usaha kecil dan menengah yang

tentunya akan mendapatkan keuntungan lebih dimana terbebas dari berbagai kendala modal dan tempat usaha. Diharapkan dengan sosialisasi ini para pelaku usaha utamanya pedagang usaha pempek rumahan ini menjadi faham dan akan segera merealisasikan penggunaan online shop dalam menjalankan usahanya. Adapun materi yang akan disampaikan meliputi:

No.	Pemateri	Materi Program
1.	Gonan Sumadi,S.E,M.M.	<i>Online shop</i> dalam kegiatan usaha dan dan manfaatnya dalam perluasan pasar dan pendapatan
2.	Drs. Ruslan, SE., M.Si.	
3.	Achmad Nazrul, M.Kom	Aplikasi <i>online shop</i> dan penerapannya

Tabel 6
Materi Program PKM

b. Diskusi

Diskusi dilakukan selama proses sosialisasi berlangsung yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta PKM yaitu para pedagang dan pelaku usaha pempek rumahan . defangan diskusi diharapkan hal-hal yang tidak tergali dalam paparan dapat secara komprehensif dijelaskan dan mendapat solusi sterhadap masalah actual yang seringkali dihadapi oleh para pelaku usaha.

c. Pelatihan

Tahapan selajutnya adalah melakukan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku usaha dalam penggunaan online shop bagi usahanya. Pelatihan tersebut berupa tutorial dan pendampingan praktek kepada mitra agar dapat membuat dan mengoperasikan toko *online* dalam kegiatan usaha. Adapun aplikasi yang akan dipraktekan yaitu Instagram dan Shopee.

a. Peserta Pelatihan

Mitra PKM yaitu pelaku usaha pemepek Rumahan. Peserta yang terlibat merupakan perwakilan dari mitra yang berjumlah 15 Peserta. Peserta tersebut merupakan pelaku usaha yang belum memahami dan belum menerapkan pemasaran *online* dalam kegiatan usahanya. Adapun partisipasi mitra dalam program PkM meliputi:

- i. Mitra terlibat secara keseluruhan dalam program PKM meliputi perumusan permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan.
- ii. Mitra berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan

b. Evaluasi Program

Evaluasi program dilakukan untuk mengetahui hasil dan *progress* dari pelaksanaan program yang telah direncanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan cara membandingkan kondisi kedua mitra sebelum program dilaksanakan dan kondi simitra setelah program dilaksanakan. Secara rinci, evaluasi program dapat dilihat berdasarkan table berikut:

No.	Program	Indikator	Kriteria	Instrumen
1.	Sosialisasi <i>e-commerce</i> dalam bentuk <i>online shop</i> bagi pelaku usaha	Pemahaman mitra mengenai <i>e-commerce</i> dalam bentuk <i>online shop</i>	Peningkatan pemahaman mengenai <i>online shop</i>	• Observasi • Wawancara • kuesioner
2.	Sosialisasi manfaat <i>online shop</i> bagi pemasaran dan pendapatan	Pemahaman mitra mengenai manfaat <i>online shop</i>	Peningkatan pemahaman mengenai manfaat <i>online shop</i> bagi usaha	• Observasi • Wawancara • Kuesioner
3.	Pelatihan pembuatan dan penggunaan aplikasi <i>online shop</i>	Kemampuan mitra dalam membuat dan menggunakan <i>online shop</i>	Peningkatan kemampuan dalam pembuatan dan menggunakan <i>online shop</i>	• Observasi • Wawancara

Tabel4
Evaluasi Pelaksanaan Program PKM

c. Keberlanjutan Program

Sebagai bagian yang tidak terlepas dari pelaksanaan program PKM ini adalah keberlanjutan, setelah selesai pelaksanaan maka yang perlu untuk dilakukan adalah :

- a. Monitoring berjalannya aplikasi *online shop* pada para pelaku usaha

Monitoring dalam mengatasi berbagai kendala yang mungkin timbul dalam penerapan aplikasi oleh pelaku usaha

HASIL dan PEMBAHASAN

PKM telah dilaksanakan pada 10 Februari 2021 di Laboratorium Komputer Amik Sigma Palembang. Kegiatan PKM diikuti oleh 15 pelaku usaha yang hadir yang merupakan Pelaku Usaha Pempek rumahan di wilayah 1 Ilir Palembang. Adapun susunan acara kegiatan dapat dilihat pada table berikut:

WAKTU	ACARA	PENANGGUNGJAWAB
08.00-08.30	Persiapan	Tim PkM
08.30-08.45	Pembukaan acara	-Ketua Tim PkM
08.45-09.00	Wawancara dan observasi	Tim PkM
09.00-09.30	• Materi pengenalan Produk secara online • Diskusi /Tanya jawab	Gonan Sumadi SE., MM

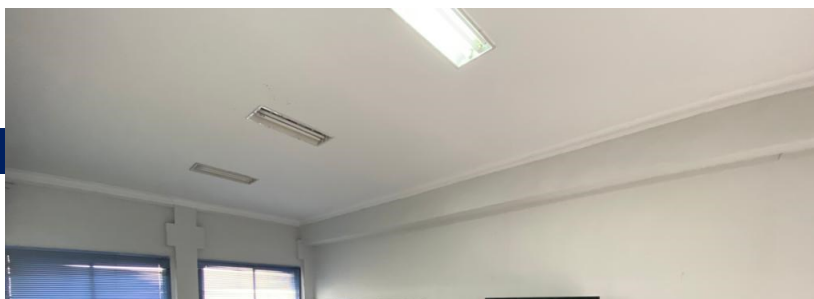
09.30-10.00	• Materi Manfaat Perdagangan secara online • Diskusi/ Tanya jawab	Gonan Sumadi SE., MM
10.00-10.15	• Pengenalan sederhana mengenai penentuan harga produk barang • Diskusi/ Tanya jawab	Gonan Sumadi SE., MM
10.15-11.15	Pelatihan pembuatan dan penggunaan pemasaran online melalui akun Online shop (shopee)	• Tim PkM • 2 Mahasiswa
11.15-11.30	Wawancara dan observasi serta pembagian	Tim PkM
11.30-11.45	Penutup	Tim PkM

Tabel 10 Susunan Acara

Peserta antusias mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan dari awal hingga akhir acara, khususnya pada saat praktek pembuatan akun shopee, karena selama ini mitra masih menggunakan pemasaran secara konvensional, meskipun ada beberapa pelaku usaha yang sudah melakukan pemasaran secara online namun hanya sebatas penggunaan facebook saja yang jangkauan pasarnya masih terbatas dan lebih cocok digunakan sebagai media sosial.

Pelatihan berlangsung menarik karena banyak interaksi dua arah antara pemateri dengan peserta, selain itu tiap peserta diberikan pendampingan dan pengarahan secara khusus agar materi yang diberikan dapat dipahami dan dipraktikkan dengan baik meskipun ada beberapa kendala yang dialami pada sesi praktek. Selain itu, agar pendampingan berjalan maksimal, Tim PkM mengikutsertakan 2 Mahasiswa untuk berpartisipasi sebagai trainer dalam pelatihan. Tentunya, mahasiswa tersebut telah dilakukan pelatihan sebelumnya oleh Tim PkM. Materi Pengenalan dan Perkembangan Online shop Materi pertama berupa penjelasan dan pengetahuan tentang perkembangan perdagangan secara online disampaikan oleh Gonan Sumadi, S.E., M.M., dimana dalam materi ini dijelaskan perkembangan perdagangan dari waktu ke waktu dan apa saja yang menjadi produk dan sektor perdagangan yang dapat dimasukkan ke dalam perdagangan online, dengan demikian peserta dapat memahami bahwa seiring dengan perkembangan teknologi, penggunaan media internet sebagai sarana perekonomian yaitu perdagangan juga semakin tinggi dan hal itu merupakan salah satu kesempatan bagi para pelaku usaha dalam menunjukkan eksistensi usahanya dengan menjual produk lewat media online.

Adapun materi yang disampaikan meliputi pengertian dan tujuan *online shop*, jenis media perdagangan secara *online* dan terakhir mekanisme perdagangan *online*. Setelah materi tersebut disampaikan, Pemateri memperkenalkan pula satu akun *marketplace* yang banyak digunakan pelaku usaha di Indonesia yaitu Shopee sebagai media pemasaran *online*. Mengapa akun shopee dipilih, karena shopee merupakan akun marketplace untuk kegiatan perdagangan dengan mekanisme rekening bersama. Dana yang ditransfer pembeli atas pembelian suatu barang masuk pada rekening bersama shopee dan ditahan sampai barang diterima oleh pembeli dalam keadaan aman, sehingga ketika barang sudah diterima dengan aman oleh pembeli maka shopee akan melepas dana ke rekening penjual. Mekanisme tersebut bertujuan untuk menghindari adanya penipuan karena jika barang yang dikirim tidak sesuai maka pembeli dapat mengajukan pengembalian dana. Pembuatan dan tutorial penggunaan akun shopee lebih lanjut dijelaskan pada sesi praktek.



Gambar3 **Pemaparan Materi Perkembangan Online shop**

Materi Manfaat *Online shop* Bagi Pelaku Usaha

Materi kedua disampaikan oleh andriansyah mengenai manfaat perdagangan online, khususnya mengenai manfaat secara langsung dan tidak langsung yang akan diperoleh para pelaku usaha melalui perdagangan *online*. Dengan semakin tingginya persaingan saat ini, maka perlu bagi pelaku usaha untuk menggunakan strategi yang baik sehingga manfaat maksimal dari penggunaan perdagangan online dapat dinikmati. Oleh karena itu, materi ini disampaikan untuk memberikan pengetahuan kepada mitra agar selain mitra memiliki keterampilan dalam melakukan perdagangan online, mitra juga paham strategi apa saja yang dapat ditempuh dalam menjalankan usaha sehingga manfaat perdagangan online dapat maksimal.

Adapun materi yang disampaikan yaitu beberapa manfaat langsung dan tidak langsung yang berkaitan dengan pendapatan, keuntungan dan brand merek dagang. Juga pengenalan strategi pemasaran produk yang jitu baik dari kemasan maupun dari sisi harga sehingga pelaku usaha dapat menikmati persaingan dengan sehat :



Gambar 4 **Pemaparan Materi Manfaat Perdagangan Online**

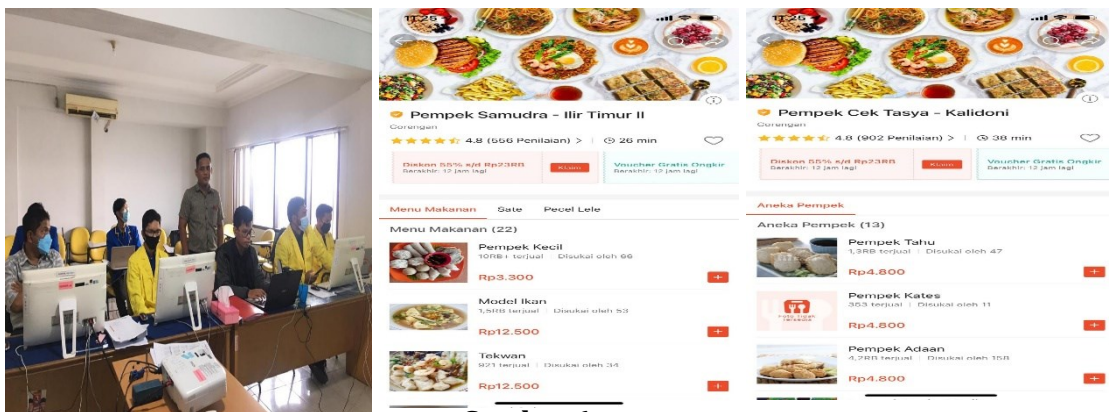
Materi Mengenai Penentuan Tingkat Harga

Materi ketiga disampaikan oleh Gonan Sumadi SE, MM dan Andriansyah, M.Kom mengenai penetapan harga produk barang secara sederhana. Adapun materi yang disampaikan meliputi pengertian dan tujuan penetapan harga produk, manfaat penetapan

harga produk dan jenis metode dalam penetapan harga produk. Materi ini sangat membantu mitra dalam memutuskan Penetapan harga terhadap tiap produk yang akan dijual, sehingga mitra dapat menyesuaikan penetapan harga tersebut baik berdasarkan permintaan, laba, biaya maupun persaingan.

Praktek Pembuatan dan Penggunaan Akun Shopee Serta Evaluasi Kegiatan

Setelah semua materi disampaikan, sesi selanjutnya merupakan pelatihan pembuatan dan penggunaan akun shopee untuk memasarkan produk mitra secara *online*. Pelatihan tersebut dilakukan melalui praktek secara langsung oleh masing-masing pelaku usaha dengan media computer dan *smartphone* dengan cara tutorial dan pendampingan oleh Tim PkM dibantu 2 orang Mahasiswa Program studi Manajemen Informatika semester 5. Pelatihan diawali dengan pembuatan akun, kemudian cara menggunakan fitur-fitur dalam akun, unggah produk hingga cara transfer dan cara pengiriman barang. Adapun hasil dari pelatihan yaitu dari 15 Peserta yang hadir, semula hanya 1 pelaku usaha yang sudah memiliki akun shopee, dan setelah pelatihan dilakukan sudah ada 9 peserta yang memiliki akun shopee lengkap dengan beberapa foto produk yang sudah diunggah. Sementara, 6 pelaku usaha belum dapat membua takun karena hambatan pada alat dan waktu pelatihan.



Gambar 6

Praktek Pendampingan Pembuatan Akun online shop

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan program yang telah diselenggarakan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

- pelaksanaan sosialisasi ruang lingkup perdagangan online telah memenuhi luaran yang ditargetkan, yaitu terjadi peningkatan pemahaman mengenai perkembangan perdagangan secara online, sehingga setelah sosialisasi diberikan, peserta dapat menjelaskan pentingnya pemasaran online. Selain itu, mitra juga sangat tertarik untuk mulai melakukan pemasaran secara online.
- Sosialisasi manfaat perdagangan online juga telah mencapai target luaran. Peserta menjadi paham bahwa perdagangan secara online memberikan manfaat yang luas bagi pengembangan usaha.
- Sosialisasi penetapan harga produk juga telah tercapai karena semula produk ditetapkan dengan perkiraan saja, setelah penyampaian materi mulai ada beberapa pertimbangan.
- Pelatihan pembuatan dan penggunaan akun online shop telah mengalami peningkatan pula, dari total 15 peserta setelah pelatihan dilakukan terdapat 9 pelaku usaha yang telah memiliki akun yang terdaftar dalam shopee market place.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Rektor, Wakil Rektor I,II dan III serta Kepala LPPM Universitas Siguntang Mahaputra, Dosen dan mahasiswa yang terlibat dalam Kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Wahyudi, S. (2020). *Pemanfaatan E-Commerce dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 9(1), 45–55.
- Hidayat, R. (2021). *Strategi Digital Marketing untuk UMKM dalam Menghadapi Era Industri 4.0*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 14(2), 112–121.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2020). *Data Statistik UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2021: Business, Technology, Society* (16th ed.). Pearson.
- Mulyadi, D. (2019). *Manajemen Pemasaran Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2020). *Literasi Keuangan Digital bagi UMKM*. Jakarta: OJK.
- Prasetyo, Y. T., & Sutopo, J. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Online Shop untuk Peningkatan Pemasaran Produk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 77–85.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Manulang, 2020. *Dasar- Dasar Manajemen*. Gadjah Mada University Press.Yogyakarta
- Nitisemito, Alek S., 1984. *Manajemen Personalia*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Sari, Elsi Kartika,dkk, 2008. *Hukum dalam Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Silondae, Arus Akbar, dkk, 2014. *Pokok-pokok Hukum Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat