

Pengembangan Produk UMKM Desa Sambirejo Berbasis Teknologi Digital

Ely Windarti Hastuti^{1*}, Mutia Asmarani Wibowo², Cahaya Fitriana Dewi Amala³, Rehani Gehan Putri⁴

¹⁻⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Darussalam Gontor, Indonesia.

*Corresponding author: elywindarti@unida.gontor.ac.id

Abstrak

Abstrak: Media elektronik berbasis digital yang ada pada zaman ini membuat semua masyarakat Indonesia berlomba-lomba menginovasi dirinya dengan hal tersebut. Salah satunya terjadi pada bidang ekonomi. Penggabungan dan pemanfaatan teknologi dengan bidang ekonomi dapat memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan layanan dan sebagai bentuk perhatian yang lebih kepada pelaku Unit Usaha Kecil Menengah (UMKM). Kegiatan jual beli digital menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* dapat menjangkau target pelanggan dengan skala yang besar dan luas. Permasalahan yang terjadi adalah masyarakat desa Desa Sambirejo, Mantingan, Ngawi, Jawa Timur masih menjalankan usahanya dengan menggunakan metode tradisional dengan kemasan produk yang seadanya. Tujuan utama kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengembangkan produk UMKM dengan *re-packaging* kemasan produk UMKM, dan UMKM Desa Sambirejo memiliki media pemasaran online berbasis website. Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini adalah terjun langsung ke lapangan bersama dengan para pelaku UMKM Desa Sambirejo. Hasil dari pengabdian masyarakat ini, diharapkan dapat memajukan UMKM yang ada di Desa Sambirejo.

Kata kunci: Digital; Desa; E-Commerce; Website; UMKM

Abstract

Abstract: Digital-based electronic media that exist today make all Indonesian people compete to innovate themselves with this. One of them occurs in the economic sector. Merging and utilizing technology with the economic sector can positively impact service improvement and as a form of more attention to Small and Medium Enterprises (MSMEs) actors. Digital trades using electronic commerce (e-commerce) can reach target customers on a large and wide scale. The problem that occurs is that the villagers of Sambirejo Village, Mantingan, Ngawi, East Java are still running their business using traditional methods with makeshift product packaging. The main purpose of this community service activity is to develop MSME products by re-packaging MSME products, and MSMEs in Sambirejo Village have a website-based online marketing media. The implementation method in this activity is to go directly to the field together with the MSMEs in Sambirejo Village. As a result of the public's dedication, it is hoped that the program we are conducting will promote the existing MSME in the village of Sambirejo

Keywords: Digital; Village; E-Commerce; Website; MSME

Cite this article: Hastuti, E. W., Wibowo, M. A., Amala, C. F. D., & Putri, R. G. (2021). Pengembangan Produk UMKM Desa Sambirejo Berbasis Teknologi Digital. *Rahmatan Lil'alamin Journal of Community Services*, 1 (2)

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi yang cepat dan pesat pada masa ini menuntut masyarakat untuk bergerak maju dalam keragaman aspek kehidupan. Salah satunya bidang ekonomi. Penggabungan dan pemanfaatan teknologi dengan bidang ekonomi dapat memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan data layanan dan informasi sebagai bentuk perhatian yang lebih kepada pelaku Unit Usaha Kecil Menengah (UMKM). Kegiatan jual beli digital menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* dapat menjangkau target pelanggan dengan skala yang besar dan luas.

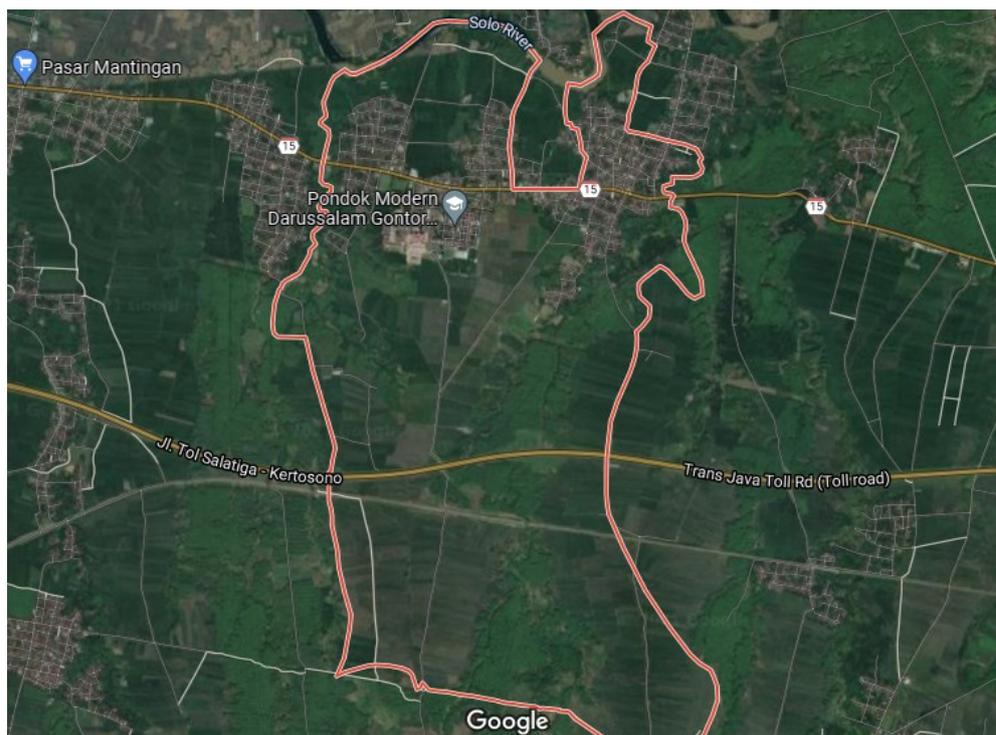
Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hingga kuartal II 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 berjumlah 196,7 juta pengguna. Jika dibandingkan dengan pengguna internet pada tahun 2018 dengan jumlah 25,54 juta pengguna (Ridhoi, 2020). Maka jelas dapat disimpulkan bahwa angka pengguna internet pada tahun 2020 meningkat lebih cepat dan pesat dibandingkan dengan angka pengguna internet pada tahun 2018. Pengguna internet terbanyak berasal dari Provinsi Jawa Barat dengan jumlah 35,1 juta pengguna. Kemudian di peringkat kedua berasal dari Provinsi Jawa Tengah dengan jumlah 26,5 juta pengguna. Dan disusul dengan posisi terakhir berasal dari Provinsi Jawa Timur dengan jumlah 23,4 juta pengguna.

Adapun faktor yang mendukung pertumbuhan perekonomian suatu negara adalah, tumbuh kembangnya UMKM baik itu di posisi tradisional maupun modern. Walaupun skala UMKM itu kecil, namun UMKM yang ada di seluruh Indonesia memiliki kelebihan yang menonjol, yaitu fokus yang mereka miliki jelas, berinovasi dengan mudah, bersifat fleksibel, dan modal yang dibutuhkan lebih terjangkau. Dengan asumsi tersebut, UMKM memerlukan strategi khusus dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia di bidangnya. Salah satu strategi khusus yang diperlukan adalah pendampingan, *product support*, dan pelatihan *e-learning*.

Kementerian Komunikasi dan Informatika menyetujui dan mendukung adanya program desa digital. Bahkan desa digital terpilih sebagai *Digital Equity and Accessibility* dalam ajang *IDC Smart City Asia/Pacific Awards 2020*. Karena dinilai mampu memberdayakan masyarakat dan meningkatkan aksesibilitas informasi melalui pemanfaatan teknologi digital. (Lukihardianti, 2020). Program ini mengharapkan adanya peningkatan literasi masyarakat di berbagai bidang dengan memanfaatkan teknologi digital yang ada. Digitalisasi yang ada di desa akan memudahkan desa dalam pembangunan dan pemberdayaan serta pemasaran produk UMKM yang ada di desa untuk memperluas skala jual yang mereka miliki.

Desa Sambirejo berada di Kecamatan Mantingan, Kabupaten Ngawi, Provinsi Jawa Timur. Lokasinya berada di dekat Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1, Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 2, dan Universitas Darussalam Gontor Kampus Mantingan. Gambar 1 menyajikan informasi peta daerah desa Sambirejo. Hingga saat ini Desa Sambirejo memiliki lebih dari 15 pelaku UMKM yang terdaftar dengan

masing-masing memproduksi 2 bahkan 4 produk dengan keunikan tersendiri yang dimilikinya. Namun, walaupun dengan perkembangan UMKM yang terbilang bagus dan cepat, mereka masih menjalankan usahanya dengan menggunakan metode tradisional. Belum memiliki ciri kemasan dan produk yang lebih khusus, belum menggunakan media elektronik berbasis *website* dalam kegiatan pemasaran dan transaksi. Kurangnya penerapan digitalisasi teknologi pada sektor UMKM berdampak pada omzet pendapatan mereka yang tidak dapat berkembang pesat (Utomo, dkk., 2019).



Gambar 1. Lokasi Desa Sambirejo, Mantingan, Ngawi, Jawa Timur

Dalam memecahkan masalah yang ada di Desa Sambirejo, pengembangan UMKM yang dikombinasikan dengan media elektronik berbasis digital menjadi salah satu cara yang bisa mengembangkan dan menginovasi Desa Sambirejo ini. Penggunaan media elektronik berbasis digital ini akan memudahkan para pelaku UMKM dalam mempromosikan produk mereka dan bertransaksi dengan konsumen. Tentunya hal ini akan meningkatkan jumlah permintaan oleh konsumen, karena media elektronik berbasis digital memiliki peranan yang penting dalam menghubungkan penjual dan pembeli dengan skala luas dan besar. Penerapan *e-commerce* pada UMKM Desa Sambirejo ini sejalan dengan pernyataan (Samodra, dkk., 2019) tentang pasar digital berbasis *website* sebagai seolus pemasaran bagi UMKM.

Tujuan utama yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah pelaku UMKM Desa Sambirejo memiliki media pemasaran *online* berbasis *website*. Selain itu, juga berfokus pada pendampingan ketika mengembangkan kemasan produk, keterampilan dan kebiasaan dalam penggunaan teknologi informasi. Dengan hadirnya

media elektronik berbasis digital bagi pelaku UMKM, maka akan menghadirkan dan memberikan manfaat yang lebih dalam metode pemasaran dan transaksi antara penjual dan konsumen. Karena dapat dilakukan dalam waktu yang singkat, dapat memperluas dan memperbesar skala penjualan, serta dapat dirasakan oleh semua kalangan masyarakat.

Pada akhirnya, *platform* website UMKM akan memudahkan transaksi jual beli antar daerah bahkan antar negara. Dengan begitu hasilnya diharapkan akan dapat membantu Indonesia dalam mewujudkan *Sustainable Development Goals (SDG's) 2030* yang tertulis pada nomor 8 tentang "Pertumbuhan Ekonomi" dan nomor 9 yaitu "Industri, Inovasi, dan Infrastruktur".

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan mulai dari awal bulan Oktober sampai dengan akhir bulan November 2021. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara reguler setiap dua kali dalam satu minggu dengan langsung berinteraksi dengan pelaku UMKM desa Sambirejo.

Pada beberapa pertemuan yang terjadi, berbagai masukan dapat diberikan kepada pelaku UMKM desa Sambirejo serta memberikan motivasi dalam menjalankan usaha. Selain terjun langsung dengan bertemu dengan para pelaku UMKM Desa Sambirejo, juga dilakukan komunikasi melalui *Whatsapp* untuk mengkomunikasikan beberapa hal seperti mengenai desain kemasan baru dan lain sebagainya. Dengan begitu para pelaku UMKM bisa menyesuaikan keinginan mereka dengan apa yang diusulkan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian secara tatap muka dilakukan di Aula Kantor Kepala Desa, Desa Sambirejo pada pagi hari sampai siang hari, demi mendapatkan waktu yang cukup panjang untuk bertukar pikiran dengan para pelaku UMKM Desa Sambirejo.

Pembahasan

Pelaku UMKM di Desa Sambirejo menyambut dengan baik mengenai program kegiatan pengabdian yang akan dilakukan. Program tersebut utamanya berkenaan dengan kegiatan pengembangan Desa Sambirejo, dengan mengkolaborasikan antara Desa Sambirejo dengan media elektronik berbasis digital. Gambar 2 menyajikan gambar pertemuan penyampaian program kepada Kepala Desa Sambirejo Bapak Sumarno, S.Ag., M.Pd.

Langkah awal dalam pelaksanaan program yang telah disusun yaitu dengan melakukan sosialisasi mengenai berbagai program yang akan dilakukan untuk pengembangan desa Sambirejo. Sosialisasi dilakukan dengan menghadirkan para pelaku UMKM yang ada di Desa Sambirejo. Dalam kesempatan tersebut disampaikan mengenai beberapa kegiatan yang akan dilakukan, salah satunya yaitu mengenai inovasi pembuatan

kemasan produk UMKM Desa Sambirejo. Inovasi kemasan ini berupa pembaruan desain pada kemasan, baik itu desain yang berbentuk stiker dan ditempel di kemasannya maupun desain yang langsung dicetak pada kemasannya. Selain itu juga disampaikan kepada Pelaku UMKM desa Sambirejo, mengenai program pengambilan gambar produk UMKM dengan kemasan baru yang telah dicetak. Gambar-gambar produk tersebut akan disusun menjadi sebuah *company profile*. *Company profile* ini akan menjadikan produk dari para pelaku UMKM ini lebih terkenal dan dapat dijangkau oleh para konsumen luar daerah Sambirejo. Gambar 3 menyajikan situasi sosialisasi program kegiatan pengabdian kepada para pelaku UMKM desa Sambirejo.



Gambar 2. Penyampaian Program kepada Kepala Desa Sambirejo



Gambar 3. Sosialisasi Program kepada Masyarakat Desa Sambirejo

Selepas pelaksanaan kegiatan sosialisasi, berikutnya dilakukan pengumpulan sampel produk UMKM desa Sambirejo sebagai gambaran untuk dapat merumuskan kemasan yang akan di buat. Dalam proses pengumpulan juga dilakukan diskusi dengan pelaku UMKM desa Sambirejo

untuk mendengarkan pendapat para pelaku UMKM terkait kemasan yang baru. Berdasarkan pada diskusi tersebut dan atas persetujuan pelaku UMKM desa Sambirejo maka desain kemasan baru dibuatkan.

Setelah *repackaging* atau pembuatan kemasan yang baru yang sudah dilakukan, selanjutnya dilakukan pengambilan gambar produk UMKM desa dengan menggunakan kemasan baru. Pengambilan gambar ini bertujuan untuk menjadikannya gambar dalam profile produk pada *marketplace*. Pengambilan gambar produk UMKM dengan kemasan baru dilakukan pada 17 November 2021, di Laboratorium UEC (*UNIDA Entrepreneurship Center*) yang berada di Kampus Pusat Universitas Darussalam Gontor, Siman, Ponorogo.

Setelah proses pengambilan gambar selesai dilakukan kemudian dilanjutkan dengan pembuatan *marketplace*. Sebelum dilakukan input informasi produk dan harga setiap produk kedalam *marketplace*, terlebih dahulu dilakukan pendataan mengenai seluruh informasi produk UMKM desa Sambirejo yang akan dimuat dalam *marketplace*. Dengan begitu akan mudah menginputnya kedalam *marketplace*. Gambar yang diinput ke *marketplace* ini menggunakan gambar yang telah di ambil di Laboratorium UEC.

Marketplace inilah yang akan menjadi salah satu tempat terjadinya aktivitas jual beli masyarakat desa selain BUMDes Sambirejo sendiri. Dengan adanya *marketplace* ini akan meningkatkan pengetahuan masyarakat luar desa bahwa desa Sambirejo juga punya makanan yang menjadi ciri khas nya sendiri.

Kesimpulan

Media elektronik berbasis digital yang ada pada zaman ini membuat semua masyarakat Indonesia berlomba-lomba menginovasi dirinya dengan hal tersebut. *Re-packaging* yang dilakukan pada UMKM Desa Sambirejo, diharapkan bisa menjadi inovasi dan motivasi besar bagi para pelaku UMKM Desa Sambirejo. Dengan begitu desa Sambirejo bisa terus maju dan berkembang. Selain itu, desa Sambirejo dapat memperluas dan memperbesar skala penjualan produk Desa Sambirejo. Baik itu dalam skala nasional maupun skala Internasional. Diharapkan dengan adanya program yang dijalankan ini dapat memajukan UMKM yang ada di Desa Sambirejo.

Referensi

- Lukihardianti, G. A. (2020). *Tahun Depan Desa Digital Akan Jadi Prioritas Emil*. Republika. <https://republika.co.id/berita/qbp3fn423/tahun-depan-Desa-digital-akan-jadi-prioritas-emil>
- Ridhoi, M. A. (2020). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah->

[pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta#:~:text=Hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa,9%25%20dibandingkan%20pada%202018%20lalu.](#)

- Samodra, J., Pahlevi, A. S., & Hermanto, Y. A. L. (2019). Pasar Desa Digital Berbasis Web Sebagai Media Promosi Bagi UMKM. *Jurnal KARINOV*, 2(3), 177-180. <http://dx.doi.org/10.17977/um045v2i3p177-180>
- Utomo, S. H., Qurrata, V. A., Purnamasari, V., & Seprillina, L. (2019). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah Alas Kaki Berbahan Kulit. *Jurnal Karinov*, 2(1), 57-61. <http://dx.doi.org/10.17977/um045v2i1p57-61>