

Pendampingan Pengelolaan *E-Commerce Mitrapurwo.id* untuk Optimalisasi Marketing Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desa Purwojati

Neni Wahyuningtyas¹, Khofifatu Rohmah Adi², Idris³, Yuniar Rosyidah⁴

Universitas Negeri Malang^{1,2,3,4}

neni.wahyuningtyas.fis@um.ac.id^{1*}, khofifatu.rohmah.fis@um.ac.id², idris.fis@um.ac.id³,
yuniar.rosyidah@um.ac.id⁴

Abstract

Mitrapurwo.id e-commerce management assistance is designed as a solution for optimizing the marketing of superior UMKM products in Purwojati Village, Mojokerto Regency. This assistance is an answer to the challenges faced by UMKM amidst the COVID-19 pandemic and unstable global economic conditions. E-commerce Mitrapurwo.id is a platform developed by the Universitas Negeri Malang Abdimas Team to help market Purwojati Village UMKM products. It is known that UMKM players still lack digital literacy and do not really understand how to manage online business through various platforms. To overcome this problem, the Universitas Negeri Malang team collaborated with the Purwojati Village Government to organize a mentoring program for the community. This program includes six stages, including business analysis, increasing knowledge and skills, and optimizing the use of E-Commerce Mitrapurwo.id The evaluation results show that all program participants successfully applied the knowledge gained in their businesses. This mentoring program has succeeded in providing broad benefits for UMKM by increasing knowledge, skills and utilization of E-Commerce Mitrapurwo.id. This program also has the potential to be further developed with innovative features in the Mitrapurwo.id E-Commerce platform to support the growth of Purwojati Village MSME businesses and increase the involvement of the general public.

Keywords: *E-commerce; Skill; Business management.*

Abstrak

Pendampingan pengelolaan *e-commerce* mitrapurwo.id dirancang sebagai sebuah solusi untuk optimalisasi pemasaran produk unggulan UMKM Desa Purwojati di Kabupaten Mojokerto. Pendampingan ini merupakan respon terhadap tantangan yang dihadapi UMKM di tengah pandemi COVID-19 dan kondisi ekonomi global yang tidak stabil. *E-commerce* mitrapurwo.id adalah *platform* yang dikembangkan oleh Tim Abdimas Universitas Negeri Malang untuk membantu memasarkan produk UMKM Desa Purwojati. Pelaku UMKM diketahui masih minim literasi digital dan tidak benar-benar paham tentang manajemen bisnis *online* melalui berbagai macam *platform*. Guna mengatasi permasalahan ini, tim Universitas Negeri Malang bekerjasama dengan Pemerintah Desa Purwojati menyelenggarakan program pendampingan kepada masyarakat. Program ini mencakup enam tahapan, termasuk analisis bisnis, peningkatan pengetahuan dan keterampilan, dan optimalisasi pemanfaatan *E-Commerce* Mitrapurwo.id. Hasil evaluasi

menunjukkan seluruh peserta program berhasil menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam usaha mereka. Program pendampingan ini berhasil memberikan manfaat yang luas bagi pelaku UMKM dengan peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan pemanfaatan *E-Commerce* Mitrapurwo.id. Program ini juga berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut dengan fitur-fitur inovatif dalam *platform E-Commerce* Mitrapurwo.id untuk mendukung pertumbuhan usaha UMKM Desa Purwojati dan meningkatkan keterlibatan masyarakat umum.

Kata Kunci: *E-commerce*; Keterampilan; Manajemen bisnis.

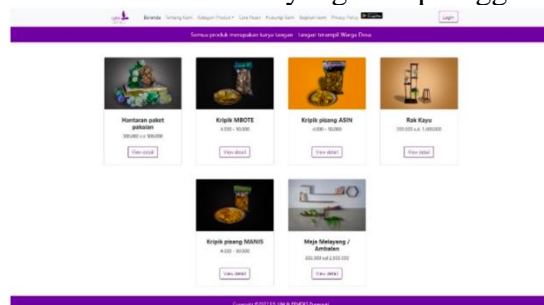
A. PENDAHULUAN

Pengendalian pandemi oleh pemerintah pada tahun 2022 mulai membuahkan hasil yang baik. Salah satu contoh kecilnya dapat dilihat pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Purwojati yang telah berhasil memulai kembali bisnisnya. UMKM Desa Purwojati ini sebelumnya sempat mengalami berbagai kendala selama pandemi COVID-19. Selain itu, kondisi tersebut juga diperparah dengan iklim ekonomi global yang tidak menentu bahkan sempat diprediksi akan mengalami resesi atau pelambatan pada tahun 2023 (Calvin, 2023); (Hutagaol, 2022). Pelemahan ekonomi ini selain dipengaruhi oleh pandemi COVID – 19 juga dipicu oleh terjadinya perang Ukraina dengan Rusia pada 2022 lalu, kenaikan suku bunga, dan inflasi yang tidak terkendali (Haryanto, 2022).

Pandemi COVID-19 tersebut pada akhirnya menyebabkan banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam mempertahankan bisnis mereka. Banyak UMKM, BUMDes, BUMD, perusahaan korporasi yang multinasional, maupun *start-up company* mengalami perubahan yang sangat signifikan sebesar 90% (Setiawan et al., 2020). UMKM sebagai kelompok usaha yang memiliki peranan besar pada penyerapan tenaga kerja di Indonesia menyebabkan pemerintah memberikan fokus perhatian khusus untuk melakukan digitalisasi guna

mempertahankan dan meningkatkan pendapatan melalui pemasaran *E-Commerce* serta media sosial kepada calon pembeli (Vhikry & Mulyani, 2023).

Pelaku UMKM Desa Purwojati saat ini sudah memiliki bekal berupa *E-Commerce* yang telah diinisiasi pada tahun 2022 dan diberi nama “Mitrapurwo.id” (lihat gambar 1) (Wahyuningtyas et al., 2023). Sistem dalam *E-Commerce* ini disederhanakan menyesuaikan dengan analisis kebutuhan dan kemampuan para penggunanya, namun tetap memiliki tingkat keamanan atau *secure* yang cukup tinggi.



Gambar 1. Tampilan *E-Commerce* Mitrapurwo.id

E-Commerce Mitrapurwo.id ini dikembangkan untuk membantu memasarkan produk unggulan UMKM Desa Purwojati. Pengelolaan *E-Commerce* Mitrapurwo.id adalah bentuk realisasi kerjasama antara civitas akademika Universitas Negeri Malang dengan Pemerintah Desa Purwojati Kecamatan Ngoro, Kabupaten Mojokerto. Sebagai Desa Mitra yang memiliki potensi dalam

mengembangkan produk-produk UMKM tentu banyak sekali yang perlu diperbaharui dan dikembangkan. Pemerintah Desa Purwojati dan pemuda pemudinya dinilai kolaboratif dan memiliki semangat membangun desanya menjadi lebih baik. Namun kendala-kendala yang terjadi terkadang tidak mendapatkan solusi sehingga upaya yang sudah tercetus terkadang harus diabaikan. Hal ini terjadi karena *stuck* dalam mengatasi permasalahan yang ada.

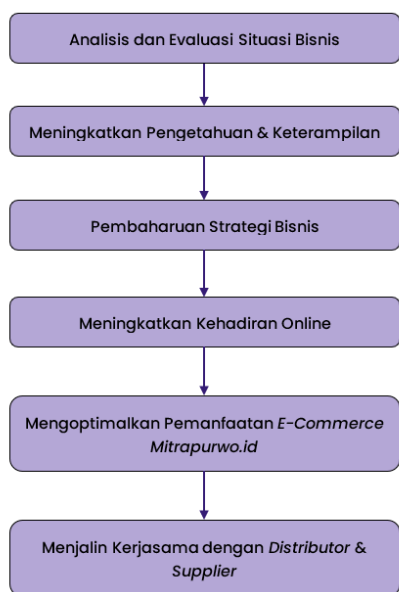
Ditinjau berdasarkan kemampuan produksi UMKM Desa Purwojati antara satu dengan lainnya berbeda-beda. Jangkauan pengiriman juga menyesuaikan dari pemesan. *E-Commerce Mitrapurwo.id* dikembangkan sebagai upaya dalam meningkatkan pendapatan UMKM Desa Purwojati. Namun, dengan sistem yang sederhana ini ternyata masih banyak UMKM yang kesulitan mengoperasikannya. Kesulitan yang dialami oleh para pelaku UMKM ini dikarenakan masih minim atau kurangnya literasi digital atau pengetahuan dan keterampilan terhadap pemanfaatan teknologi (Arumsari et al., 2022). Selain itu, berdasarkan data yang didapat dari analisis situasi dan kondisi yang telah dilakukan didapatkan permasalahan lain yang dialami oleh mitra atau para pelaku UMKM Desa Purwojati yakni masih rendahnya pengetahuan dan keterampilan manajemen bisnis dan operasional *platform online* sebagai upaya optimalisasi marketing produk unggulan UMKM Desa Purwojati. Para pelaku UMKM Desa Purwojati mengaku masih belum mahir dalam menerapkan strategi marketing/pemasaran secara *online* dengan memanfaatkan berbagai *platform* dan fitur yang ada.

Berdasarkan permasalahan yang ada di Desa Purwojati tersebut, civitas akademika Universitas Negeri Malang memberikan sebuah solusi untuk mengatasi permasalahan

tersebut. Inovasi yang ditawarkan yakni dengan menyelenggarakan program pendampingan pengelolaan *E-Commerce Mitrapurwo.id* kepada pelaku UMKM sebagai pengguna utama *platform* tersebut. Tujuannya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan manajemen usaha para pelaku UMKM (Atmaja et al., 2021), mengoptimalkan pemasaran produk unggulan Desa Purwojati. Syukri et al (2021), Ulum et al (2023) menjelaskan pemasaran secara *online* dianggap sebagai strategi yang tepat untuk mengoptimalkan pelaku UMKM karena dapat menekan biaya promosi atau iklan.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Metode pelaksanaan untuk merealisasikan pemecahan masalah dalam pengabdian masyarakat ini dilakukan enam tahapan pendampingan yaitu: 1) analisis dan evaluasi situasi bisnis; 2) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan; 3) pembaharuan strategi bisnis; 4) meningkatkan kehadiran *online*; 5) optimalisasi pemanfaatan *E-Commerce Mitrapurwo.id*; 6) menjalin kerjasama dengan *distributor* dan *supplier* untuk meningkatkan variasi produk seperti yang dapat dilihat pada gambar diagram alir berikut ini:



Gambar 2. Diagram Alir Tahap Pendampingan

Evaluasi kegiatan ini digunakan untuk menganalisis dan melakukan pengukuran keberhasilan dari program pendampingan yang dilakukan. Teknik yang digunakan dalam evaluasi dengan memberikan angket yang berisi beberapa komponen pertanyaan terkait pelaksanaan kegiatan kepada para peserta (lihat tabel 1).

Tabel 1. Skala Likert

Kriteria	Skala Nilai
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Sangat Kurang	1

Adaptasi: Andriyani & Astuti, 2022

Data yang didapatkan di hitung dan di analisis dengan menggunakan rumus persentase deskriptif sebagai berikut:
Keterangan:

PD : Persentase Deskriptif

n : Total skor per item penilaian

N : Total skor maksimal dalam satu item penilaian

Persentase deskriptif yang didapatkan dapat dianalisis menggunakan kategori persentase keberhasilan berikut:

Tabel 2. Kategori Persentase Keberhasilan Kegiatan

Range	Kategori
81% - 100%	Sangat Baik
61% - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup
21% - 40%	Kurang
0% - 20%	Sangat Kurang

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dan evaluasi situasi bisnis yang dilakukan menggambarkan bahwa para pelaku UMKM di Desa Purwojati masih mengandalkan strategi bisnis konvensional dengan menjual produk secara langsung di tempat kepada konsumen sampai saat ini. Meskipun di masa pandemi dan pasca pandemi ini sudah memasuki tren digitalisasi bisnis yang dapat memanfaatkan berbagai platform *online* untuk meningkatkan promosi dan penjualan, namun pelaku UMKM disana masih merasa nyaman berjualan secara manual (Wardhani et al., 2021). Hal tersebut terjadi karena para pelaku UMKM di Desa Purwojati mengaku bahwa mereka belum memiliki kemampuan yang mumpuni untuk memanfaatkan teknologi terutama dalam penggunaan *E-Commerce Mitrapurwo.id*.

Berdasarkan data kuisioner analisis dan evaluasi bisnis menunjukkan bahwa baru 54% pelaku UMKM di Desa Purwojati yang memahami cara pendaftaran sebagai penjual ke *platform online*. Selain itu, mereka juga

menyatakan bahwa tingkat kesulitan mengoperasikan dan mengunggah produk ke *platform online* mencapai 69%, sehingga mereka belum bisa mengoptimalkan manfaatnya. Mereka juga kesulitan dalam mengidentifikasi tujuan bisnis secara komprehensif dan jangka panjang, serta menentukan inovasi strategi yang tepat.

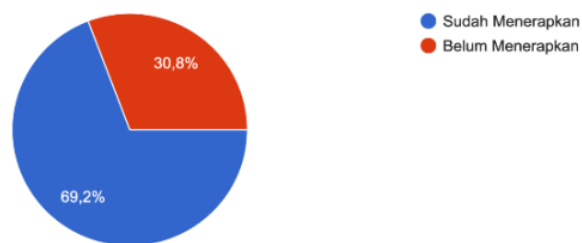
Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Negeri Malang menginisiasi sebuah program pendampingan pengelolaan *E-Commerce Mitrapurwo.id* kepada pelaku UMKM di Desa Purwojati pada 5-6 Agustus 2023, dengan mendatangkan praktisi ahli di bidang bisnis yakni Trio Andi Cahyono. Kegiatan ini mendapatkan antusiasme yang cukup tinggi karena menjadi sebuah kesempatan emas dari para pelaku UMKM Desa Purwojati untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen usaha berbasis digital/*online* secara langsung dengan ahlinya. Kegiatan tersebut dimaksudkan untuk mengoptimalkan pemanfaatan *E-Commerce Mitrapurwo.id*.

Kegiatan pendampingan ini memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan kepada para pelaku UMKM di Desa Purwojati tentang pentingnya melakukan 1) identifikasi tujuan atau target usaha, 2) menentukan target konsumen, 3) menganalisis anggaran usaha dan menentukan harga penjualan produk, 4) mengukur keuntungan usaha, 5) cara melakukan pembaharuan atau inovasi strategi usaha, 6) menganalisis kompetisi usaha di lapangan, 7) cara meningkatkan *brand awareness* salah satunya dengan melakukan *rebranding*, 8) cara mengoptimalkan pemanfaatan *E-Commerce Mitrapurwo.id*, dan 9) strategi menjalin kerjasama dengan berbagai pihak untuk mengembangkan usaha (lihat gambar 3).



Gambar 3. Penyampaian Materi

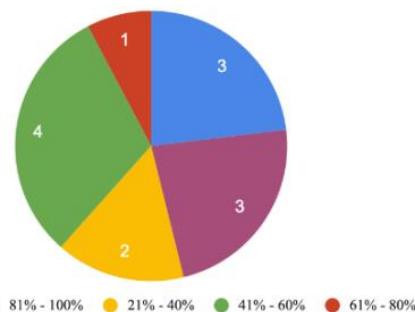
Berdasarkan analisis evaluasi pengaruh pendampingan terhadap pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan manajemen usaha dari kuisioner yang telah diisi oleh 13 peserta pendampingan sebagai responden, ditemukan bahwa 69,2% telah menerapkan materi, 30,8% belum menerapkan materi pendampingan (lihat gambar 4). Hasil kuisioner juga menunjukkan terjadi peningkatan pengetahuan manajemen usaha pada para pelaku UMKM di Desa Purwojati sebesar 74%. Peningkatan keterampilan manajemen usaha meningkat sebesar 72%. Peningkatan ini mereka rasakan setelah menerapkan materi yang diberikan selama pendampingan berlangsung pada usahanya. Meskipun belum 100% peserta pendampingan menerapkan ilmu yang telah diperoleh untuk mengelola usahanya, tapi secara keseluruhan mereka menyatakan lebih siap menghadapi tantangan yang ada kedepannya setelah mengikuti program pendampingan pemasaran produk UMKM ini.



Gambar 4. Persentase Penerapan Materi Pendampingan untuk Pengelolaan UMKM Desa Purwojati

Sesuai dengan fokus pendampingan yang dilakukan, data dari kusioner yang disebarkan juga menganalisis tentang evaluasi pengaruh pendampingan terhadap pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam pemanfaatan teknologi, terutama dalam menggunakan *E-Commerce Mitrapurwo.id*. Peserta kegiatan memiliki peningkatan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi *e-commerce* sebesar 75%, dan keterampilan penggunaan sebesar 78%. Selain itu, seluruh pelaku UMKM di Desa Purworejo telah menerapkan penggunaan *E-Commerce Mitrapurwo.id* setelah mengikuti program pendampingan ini, serta mereka juga merasa lebih percaya diri untuk menerapkan strategi bisnis yang baru dengan optimalisasi teknologi yang ada.

Analisis evaluasi ketercapaian program pendampingan ini secara keseluruhan juga menunjukkan hasil yang baik. Keseluruhan peserta pendampingan menyatakan bahwa program pendampingan ini dapat: 1) membantu mengembangkan inovasi atau perubahan dalam produk atau layanan UMKM, 2) memberikan dampak positif bagi pertumbuhan usaha, dan 3) membantu mengoptimalkan penggunaan *E-Commerce Mitrapurwo.id* dalam jangka panjang. Selain itu, mereka juga merasakan manfaat penggunaan *E-Commerce Mitrapurwo.id* dalam membantu pemasaran atau promosi produk-produk unggulan UMKM Desa Purwojati sebesar 75%. Terlebih lagi bagi 13 pelaku UMKM yang telah menerapkan pengetahuan dan keterampilan manajemen usaha dan penggunaan *E-Commerce Mitrapurwo.id* mereka mendapatkan manfaat yang lebih dalam peningkatan omset penjualan produk-produk unggulannya. Rata-rata peningkatan tersebut sudah mencapai di atas 20% (lihat gambar 5).



Gambar 5. Persentase Peningkatan Omset Penjualan Produk UMKM Unggulan setelah Mengikuti Program Pendampingan dan Menggunakan *E-Commerce Mitrapurwo.id*

Pelaku UMKM di Desa Purwojati juga menyatakan bahwa manfaat penyelenggaraan program ini juga dapat membantu mereka dalam mengenalkan produk unggulannya secara lebih luas di masyarakat umum, serta meningkatkan semangat mereka dalam mengembangkan usahanya secara mandiri agar lebih maju kedepannya berbekal pengetahuan dan keterampilan yang telah didapatkan dari program pendampingan ini. Mereka juga berharap dan memberikan masukan untuk pengembangan fitur-fitur baru yang inovatif di *platform E-Commerce Mitrapurwo.id* agar masyarakat umum di luar Desa Purwojati juga dapat merasakan manfaat *platform* ini untuk usahanya.

Pemanfaatan teknologi dalam memasarkan produk UMKM merupakan salah satu usaha untuk memperluas akses pasar dari produk tersebut. Silalahi (2022) menjelaskan jika pelaku UMKM memanfaatkan *E-Commerce* dalam operasional usahanya, maka mereka akan mendapatkan akses pasar yang luas, memiliki peluang untuk mendapatkan konsumen baru, dan konsumen akan lebih cepat mendapatkan informasi sesuai kebutuhannya. Pemanfaatan *E-Commerce* ini memberikan penghematan, efisiensi dan efektifitas baik dari sisi biaya, waktu, transportasi, komunikasi dan lain-lain

untuk pelaku usaha dan konsumen itu sendiri (Alwendi, 2020); (Orinaldi, 2020).

D. PENUTUP

Simpulan

Program pendampingan pengelolaan *e-commerce mitrapurwo.id* ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi para pelaku UMKM di Desa Purwojati. Hal ini dapat dilihat berdasarkan terjadinya peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam manajemen usaha, penguasaan teknologi, dan kesiapan menghadapi tantangan usaha kedepannya setelah mereka mengikuti program ini dan menerapkannya pada usaha yang dijalankan.

Saran

Program pengabdian selanjutnya dapat memberikan pendampingan bagi pelaku UMKM secara berkelanjutan. Kegiatan tersebut tentunya akan sangat bermanfaat dalam memberikan kesejahteraan bagi masyarakat khususnya pelaku UMKM.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami sampaikan kepada kelompok UMKM dan pihak Desa Purwojati, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Mojokerto atas bantuan, kerjasama, dan antusiasnya dalam menyukseskan program pengabdian kepada masyarakat Universitas Negeri Malang ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

Alwendi. 2020. Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 17, No. 3, Juli 2020*.

Andriyani, C. D., & Astuti, H. (2022). Analisis Strategi Pengembangan

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Inni Dawet Cincau Desa Sumengko Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro: *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial*, 5(1), Article 1.

Arumsari, Nurul Rizka, et al. 2022. Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat) Vol. 11 No. 1, hal. 92 – 101*.

Atmaja, H. E., Hartono, B., & Ikhwan, K. (2021). Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Manajemen Pada Pelaku UMKM Desa Balesari Kabupaten Magelang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6).

Calvin, A. C. T. C. (2023). *Pengaruh Resesi Tahun 2023 bagi UMKM* [Preprint]. Open Science Framework.

Haryanto, A. (2022). *Penjelasan Sederhana soal Penyebab Resesi Ekonomi Global 2023*.

Hutagaol, et al. (2022). Strategi Penguatan Keuangan Negara Dalam Menghadapi Ancaman Resesi Global 2023 Melalui Green Economy. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara Vol.4, No.1S, Hal. 378-385*.

Orinaldi, Mohammad. (2020). Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Resiliensibisnis Di Era Pandemi. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research Vol. 5, No.2 December 2020, pp. 36-53*.

Setiawan, H. C. B., Kurniawan, A., Komara, B. D., Prabowo, A., & Sucahyo, E. (2020). *Redesign Bisnis Pasca Pandemi Covid-19: Prespektif*

- UMKM, BUMDes & Usaha Ekonomi Pesantren*. Mukmin Publishing.
- Silalahi, Purnama Ramadani, dkk. (2022). Peran *E-Commerce* Dalam Menopang Keberhasilan UMKM di Indonesia. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Volume 7, No. 4, 2022*.
- Syukri, Adya Utami, Sunrawali, Andi Nonong. Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 19 (1) 2022*.
- Ulum, Miftahul, Sanjaya, Mochamad Ismail, Sandi, Santi Pertiwi Hari, Hidayaty, Dwi Epty. Mengoptimalkan Penjualan Dengan Memanfaatkan Pemasaran Digital Yang Efektif Pada Cv. Ageng Store. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan 9(15), 391- 402*.
- Vhikry, M., & Mulyani, A. S. (2023). Mencermati Dampak Digitalisasi Bagi UMKM Pasca Pandemi Covid 19. *Jurnal Inovasi Penelitian, 3(8), 7287–7290*.
- Wahyuningtyas, N., Adi, K. R., Rosyidah, Y., Mufid, M. A. W., & Zuliasyari, L. (2023). Pengembangan E-Commerce Mitrapurwo.id untuk Mendukung Usaha Mikro Kecil Menengah Desa Purwojati Kabupaten Mojokerto | *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat). JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat), 8(1), 88–95*.
- Wardhani, Anindya Khrisna, Romas, Arina Nuraliza. Analisis Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19. *EXERO Journal of Research in Business and Economics Vol 04, No. 01, Mei 2021*.