

**PEMBERDAYAAN USAHA UMKM MELALUI ECOMMERCE UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING DI DESA MARGAHAYU, BEKASI****Etty Zuliawati Zed¹, Dian Putra Utama², Nurul Indrawati³, Ratih Amalia Solehah⁴**

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

Email: ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id¹, Sadegapu@gmail.com²,nurulindra24@gmail.com³, ratihamalia40@gmail.com⁴**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemberdayaan usaha UMKM melalui E-commerce untuk meningkatkan daya saing di Desa Margahayu, Bekasi. Metode penelitian ini dilakukan dengan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan. Hasil dari penelitian ini adalah E-commerce dapat mengatasi keterbatasan UKM dalam memperluas pasar dan memasuki pasar ekspor. Dimungkinkan bagi UKM untuk menembus pasar internasional karena ketersediaan media internet yang luas. Selain itu, karena harga teknologi informasi semakin rendah, mereka dapat menggunakan e-commerce untuk menjalankan bisnis mereka.

Kata kunci: Pemberdayaan Usaha, UMKM, E-commerce**Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah maupun UMKM ialah salah satu untukan berguna dari perekonomian dari sesuatu wilayah atau negeri, dengan meningkatkan UMKM mampu memberikan arti khusus ialah menaikkan harga perkembangan perekonomian negeri dan juga mampu kurangi harga kekurangan dalam sesuatu negeri. Terdapatnya usaha Mikro, Kecil, serta Menengah (UMKM) mampu jadi tulang punggung dalam Jurnal Pengabdian UMKM, Volume 3 Nomor 1 19 perekonomian sesuatu negeri, karna wujud upayanya mampu membangkitkan perekonomian yang menyusut. Pertumbuhannya aktor upaya membutuhkan kerelaan upaya buat menampakkan jika Upaya itu memanglah tampak, hidup serta pantas berdiri. Perkerelaan berperan buat membina, memusatkan, memantau serta merapikan aktivitas Upaya perizinan mampu berperan selaku pengatur serta juga penertib. Dengan terdapatnya perizinan, para aktor upaya diharuskan buat memelihara mutu produk yang dikeluarkan. pemain upaya tidak mampu menciptakan peralatan maupun servis, karna dalam perizinan telah tertera penanggung jawab upaya, akibatnya tengah terjalin perihal yang mudarat pihak lain hingga pihak yang tertera dalam keabsahan itu yang patut bertanggung jawab. Dengan terdapatnya perizinan, para aktor upaya patut memelihara mutu produk yang dikeluarkan. Gara-gara tengah aktor upaya menciptakan serupa produk maupun servis, dengan cara tidak langsung telah tertera dalam perizinan serta patut dipertanggung jawabkan seandainya terjalin

perihal yang mudarat pihak lain, akibatnya upaya yang ada izin dari negeri diharapkan mampu meminimalisir kesalahan-kesalahan yang terjadi.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar perekonomian di Indonesia. Tahun 2018, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 99,99% dari total seluruh bisnis yang ada di Indonesia dan memberikan sumbangan 57,3% dari total Pendapatan Domestik Bruto (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan penggerak perekonomian dan memberikan kontribusi signifikan dalam perekonomian Indonesia. UMKM juga merupakan usaha padat karya, sehingga mampu menyerap tenaga kerja sehingga hal ini sangat membantu pemerintah untuk mengatasi jumlah pengangguran di Indonesia.

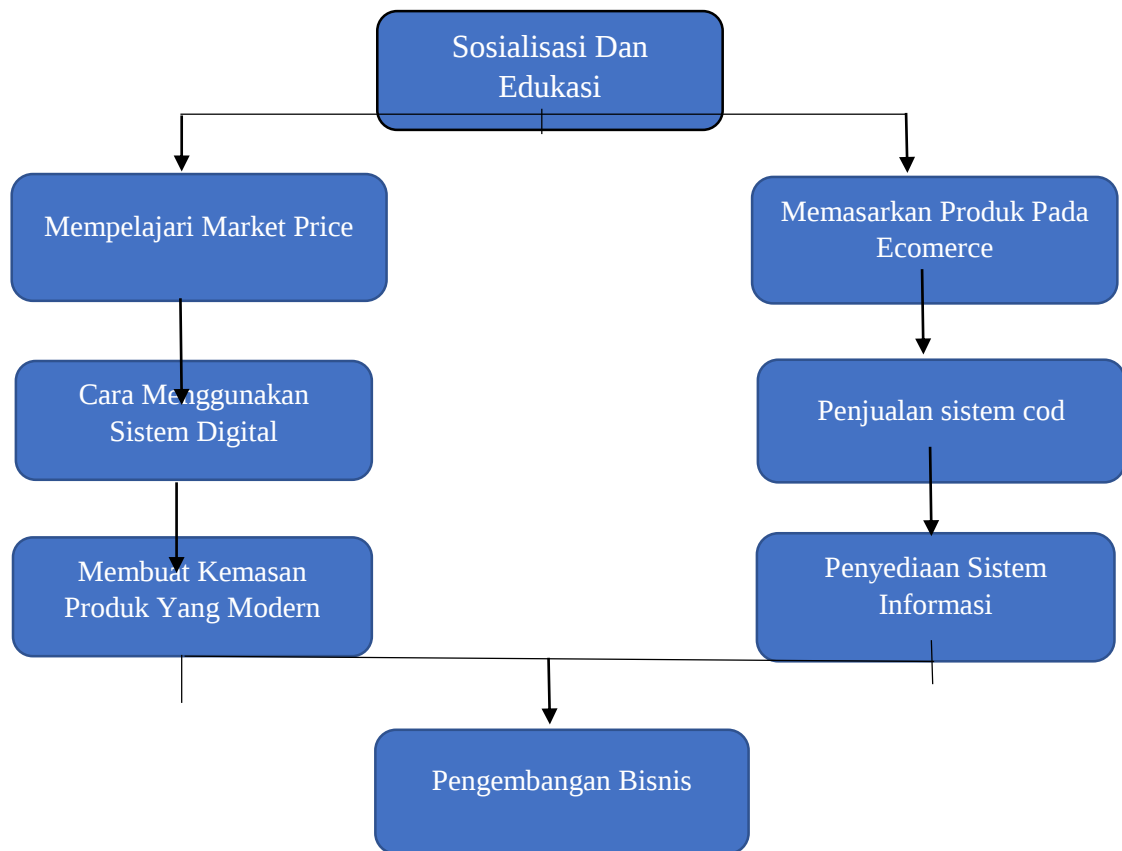
Sayangnya masih banyak UMKM yang belum memiliki daya saing yang cukup baik, Usaha untuk membantu UMKM sudah dilakukan oleh pemerintah mulai beberapa tahun terakhir, khususnya oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Pada tahun 2018, dengan melibatkan Marketplace (Bukalapak, Blibli.com, Tokopedia, Shopee, Blanja dan Grab Food) telah tercapai sejumlah 4.914.413 UMKM yang telah Go Online melalui kegiatan On Boarding ke Marketplace.

kesehatan serta pengawasan pangan di sesuatu negeri. pendataan PIRT rata-rata menyertakan pengetesan produk, inspeksi tempat penciptaan, serta publikasi nomor pendaftaran PIRT. Tentang ini bernilai buat menjaga pelanggan serta meyakinkan kalau produk pangan yang tersebar terjamin serta melengkapi persyaratan yang diresmikan.

Diploma halal melingkupi data mengenai produsen, konfigurasi produk, serta teknik penciptaan yang sudah lewat audit serta validasi oleh pranata sertifikasi halal yang terpercaya. Tujuan dari surat halal yaitu buat menyediakan pelampiasan kepentingan pelanggan orang islam serta meyakinkan terdapatnya keyakinan serta ketentuan dalam menyeleksi produk alias layanan yang serupa dengan anutan agama mereka. tentang ini pada dasarnya bermaksud buat menjaga hak-hak pelanggan, eksklusifnya pelanggan orang islam.

Metode Penelitian

Pelaksanaan pemberdayaan dan pendampingan usaha UMKM melalui sertifikasi usaha memerlukan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan. Berikut adalah beberapa metode pelaksanaan yang dapat diadopsi:



1. Mempelajari Market Price

Mitra diberikan pengetahuan tentang harga pasar yang sedang terjadi. Dan produk apa yang sedang ramai di pasaran. Dengan begitu untuk mitra yang baru memulai bisnisnya bisa ikut mengambil peran di sekmen tersebut.

2. Cara Menggunakan Sistem Digital

Mitra diberikan pengetahuan tentang konten video tujuan dari kegiatan ini adalah agar para mitra dapat membuat konten marketing dalam bentuk video yang sederhana dan mudah dalam pembuatannya, ataupun bisa dengan cara live untuk mempromosikan produk mereka.

3. Membuat kemasan produk yang modern

Mitra usaha diberikan pengetahuan mengenai pembuatan kemasan produk yang modern ,dengan mempelajari desain grafis atau jika mitra usaha dengan modal sedikit dia dapat memesan kemasan kepada percetakan dengan harga yang relatif murah. Ketimbang harus membeli mesin pencetak kemasan , karena hal ini penting untuk menarik minat pembeli ataupun pelanggan.

4. Memasarkan produk pada ecommerce

Mitra usaha di ajarkan cara memasarkan produk mereka di ecommerce , dengan menggunakan atau melibatkan Marketplace seperti (Bukalapak, Blibli.com, Tokopedia, Shopee, Blanja dan Grab Food). Mitra usaha di ajari cara mendaftar, memfoto produk mereka agar terlihat menarik, dan meng upload pada

marketplace tersebut. Hal ini dapat menambah penghasilan mitra karena ruang lingkup pembeli tidak hanya di suatu daerah tertentu. Melainkan dari berbagai macam daerah yang ada di Indonesia.

5. Penjualan Sistem Cod

Untuk mitra yang membuka usaha di bidang makanan, akan di ajari cara sistem cod yang baik. Karena pembeli jaman sekarang selalu menginginkan hal yang instans atau terima beres.

6. Penyediaan Sistem Informasi

Bangun platform atau portal berbagi informasi yang dapat diakses oleh UMKM. Ini dapat menjadi tempat untuk mendapatkan sumber daya, panduan, dan informasi. Dengan hal tersebut Mitra dapat mengetahui persaingan di pasar.

7. Pengembangan model bisnis berkelanjutan

Bantu UMKM dalam mengembangkan model bisnis berkelanjutan yang mempertimbangkan aspek keberlanjutan dari sertifikasi usaha, sehingga tidak hanya bermanfaat untuk mendapatkan sertifikasi tetapi juga untuk pertumbuhan jangka panjang. Dengan menerapkan metode-metode ini, pemberdayaan dan pendampingan usaha UMKM melalui sertifikasi usaha dapat menjadi lebih efektif dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan pada pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Hasil riset pasar e-commerce platform dilakukan dengan mencari informasi banyaknya pengunjung, banyaknya pengguna aktif yang mengakses masing-masing e-commerce platform, banyaknya unduhan masing-masing e-commerce platform di appstore dan playstore serta kelebihan dan kelemahan tiap platform. maka ditetapkan bahwa ada 6 alternatif online platform yang nantinya dapat digunakan adalah Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, JD.id dan Blibli. UMKM menetapkan memilih 5 platform yaitu Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, dan Blibli karena penggunaannya relatif mudah, tingkat kepuasan pelanggan terhadap platform tersebut cukup tinggi dan banyak varian produknya.

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan

Pelatihan keterampilan dan kapasitas membawa dampak positif pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan UMKM. Mereka menjadi lebih mampu memenuhi persyaratan sertifikasi dan mengelola usaha mereka dengan standar yang lebih tinggi.

2. Terbentuknya jaringan kolaboratif

Program pendampingan individu dan pembangunan jaringan kolaboratif berhasil menciptakan komunitas yang saling mendukung antar-UMKM. Pertukaran pengalaman dan pengetahuan melalui jaringan ini membantu UMKM untuk mengatasi tantangan bersama.

Dari kegiatan ini ditemukan beberapa tantangan dan kendala yang dihadapi oleh UMKM di desa margahayu, Bekasi yaitu sebagai berikut.

1. Banyak UMKM di desa belum memiliki akses ke teknologi digital yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis online.
2. Keterampilan SDM yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis online, seperti keterampilan dalam pengoperasian teknologi digital, manajemen data, dan pengembangan konten, masih kurang mencukupi.
2. Keterbatasan modal yang membuat UMKM kurang bisa mengembangkan usahanya online.
3. Banyak UMKM di desa belum memahami teknologi serta manfaat dari pemasaran online.
4. Terbatasnya kemampuan manajerial yang membuat UMKM kurang bisa berkembang dan bahkan cenderung tidak ada perubahan.
5. Persaingan yang dihadapi oleh UMKM di desa, baik dari daerah sekitar maupun dari luar daerah, yang membuat mereka cenderung tidak dapat mempertahankan konsumennya.
6. Biaya kirim yang tinggi yang membuat UMKM kurang bisa masuk ke saluran pemasaran digital.

Melalui e-commerce UMKM mungkin memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menemukan pemasok dan pelanggan baru, terutama di pasar yang sebelumnya tidak dapat mereka jangkau dengan mudah baik secara internasional maupun regional. Karena meluasnya penggunaan Internet, pasar di seluruh dunia mengglobal. Perdagangan elektronik dapat menawarkan UMKM peluang yang lebih baik untuk bersaing di pasar mereka dan, dalam beberapa kasus, menjadi kebutuhan kompetitif untuk bertahan hidup. Jika perdagangan elektronik dapat membantu UMKM "meratakan lapangan permainan", yang berarti mereka dapat bersaing lebih baik, sangat penting bagi mereka untuk memahami dan memilah-milah (Febriantoro, 2018).

UMKM akan mendapatkan akses pasar yang lebih luas dan berpeluang mendapatkan pelanggan baru dengan memanfaatkan e-Commerce dalam operasional bisnisnya. Di sisi lain, pelanggan akan lebih mudah mendapatkan informasi online. Biaya pengiriman, telepon atau fax, komunikasi, dokumen, cetakan, waktu, dan tenaga kerja akan dikurangi. Kondisi saat ini sangat menguntungkan, seperti yang ditunjukkan oleh perkiraan bahwa lebih dari 1,3 miliar orang di seluruh dunia menggunakan internet, dengan lebih dari 25 juta orang di Indonesia yang terus bertambah setiap hari. Karena populasi yang besar dan kebutuhan akan barang dan jasa, pasarnya memiliki banyak peluang. Bisa digunakan untuk berbagai hal, seperti mengembangkan produk, melakukan promosi, melakukan transaksi secara online, mengirimkan barang, dan memberikan layanan purna jual. Selain itu, pelaksanaannya dapat dilakukan secara bertahap. Misalnya, ketika seseorang menggunakan komputer untuk kegiatan di kantor, komputer tersebut terhubung ke internet, dan kemudian dapat menggunakan internet untuk mencari informasi dan

mengirim email. Selanjutnya, pelaku UKM dapat membuat situs web untuk menjual barang dan jasa mereka. Pada akhirnya, melakukan transaksi bisnis melalui internet dengan pelanggan dan mitra bisnisnya.

Strategi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk meningkatkan pengetahuan UMKM tentang Digital Marketing dan E-commerce dilakukan melalui berbagai cara, seperti:

1. Mengadopsi platform digital: kegiatan ini membantu UMKM untuk mengadopsi platform digital, seperti website, social media, atau e-commerce, untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Ini dapat membantu UMKM untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan memperluas pasar mereka.
2. Mengoptimalkan sumber daya internal: kegiatan ini membantu UMKM untuk mengoptimalkan sumber daya internal, seperti keterampilan manajemen personalia, transaksi online, atau teknologi informasi (IT). Hal ini dapat membantu UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengembangan bisnis.
3. Meningkatkan kepuasan pelanggan: kegiatan ini membantu UMKM untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan penyelesaian keluhan. Hal ini dapat dilakukan melalui strategi pemasaran yang efektif, seperti pengembangan fondasi bisnis yang kuat dan berkelanjutan.
4. Mengatasi masalah keamanan TI: kegiatan ini membantu UMKM untuk mengatasi masalah keamanan teknologi informasi (TI) yang mungkin muncul dalam proses digitalisasi. Hal ini dapat dilakukan melalui pengembangan keterampilan digital dan pengembangan sistem keamanan TI yang efektif.
5. Memanfaatkan dukungan intensif pemerintah: kegiatan ini membantu UMKM untuk memanfaatkan dukungan intensif pemerintah, seperti pendidikan literasi digital, pelatihan dan pendampingan e-commerce, optimalisasi peran UPL-UMKM, atau perluasan jaringan internet.
6. Meningkatkan fitur kinerja teknologi digital: kegiatan ini membantu membantu UMKM untuk meningkatkan fitur kinerja teknologi digital yang digunakan dalam bisnis mereka. Hal ini dapat membantu UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing.
7. Mengadopsi teknologi digital yang mendukung: kegiatan ini membantu UMKM untuk mengadopsi teknologi digital yang mendukung, seperti teknologi AI, inovasi produk, atau strategi pemasaran yang efektif. Hal ini dapat membantu UMKM untuk memperluas pasar dan membangun fondasi bisnis yang kuat dan berkelanjutan.
8. Menerapkan konsep GE: kegiatan ini membantu UMKM untuk menerapkan konsep GE (General Electric) dalam pengembangan bisnis. Hal ini dapat membantu UMKM untuk memperluas pasar, memperluas jangkauan pelanggan, dan memperluas kemampuan bisnis.
9. Menerapkan digitalisasi: kegiatan ini membantumembantu UMKM untuk menerapkan digitalisasi dalam pengembangan bisnis. Hal ini dapat membantu

UMKM untuk memperluas pasar, memperluas jangkauan pelanggan, dan memperluas kemampuan bisnis.

Ketika membangun usaha kecil dan menengah (UMKM) e-commerce, diperlukan tenaga kerja yang andal. Karena industri 4.0 bergantung pada kemajuan teknologi, Indonesia harus mempersiapkan diri untuk mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas. Jika suatu negara tidak mampu mengembangkan sumber daya manusia yang handal, ancaman mesin dan teknologi untuk menggantikan dunia kerja akan menjadi tidak berarti. Hal ini disepakati oleh semua pemangku kepentingan, mulai dari pelaku usaha, akademisi, asosiasi pekerja, pemerintah, dan masyarakat. Sebelum memasuki e-commerce UMKM, sumber daya manusia yang andal adalah kunci. Dalam ruang lingkup ini, sumber daya manusia yang andal didefinisikan sebagai sumber daya manusia yang mampu menguasai teknologi dan juga kreatif dan inovatif.

Menurut Sudarwati (2017), diperlukan perbaikan sistem pendidikan, pelatihan, dan pendampingan untuk memenuhi SDM yang cukup dalam perusahaan e-commerce. Salah satu cara untuk meningkatkan sumber daya manusia perusahaan e-commerce adalah dengan mengubah sistem pendidikan menjadi lebih berfokus pada vokasi atau keterampilan. Selain itu, pemerintah dapat bekerja sama dengan pihak lain untuk mengadakan pelatihan yang akan membantu sumber daya manusia dalam bisnis e-commerce menjadi lebih baik. Untuk meningkatkan daya saing di era serba digital, terutama melalui e-commerce, sumber daya manusia (SDM) UMKM dapat diperkuat dengan beberapa langkah yang dapat dilakukan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan daya saing, langkah penting adalah meningkatkan keterampilan SDM UMKM. Ini dapat dicapai melalui pelatihan, seminar, dan workshop.
2. Dengan mengatur posisi, tugas, dan tanggung jawab yang jelas, struktur SDM UMKM dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas.
3. Memberikan kesempatan kepada pekerja UMKM dapat meningkatkan semangat dan motivasi. Ini dapat dicapai melalui pendampingan, pembukaan tempat pendidikan, dan fasilitas berkarya.
4. Mengikuti kemajuan teknologi dapat membantu karyawan UMKM menjadi lebih siap. Ini dapat membantu mereka memahami dan menggunakan teknologi baru dan efisien.
5. Memanfaatkan media sosial dapat membantu sumber daya manusia UMKM. Ini dapat membantu mereka mengikuti perkembangan teknologi dan memperluas bisnis mereka.
6. Memanfaatkan strategi pemasaran digital: UMKM dapat memperluas khalayak pemasaran produk dan layanan mereka dengan menggunakan strategi pemasaran digital seperti marketplace, website, dan media sosial.

Kehadiran platform e-commerce untuk UMKM di Sulawesi Utara akan membantu pengembangan platform multi-sisi digital, tempat agen kewirausahaan dan pengguna teknologi digital bertemu. Menurut Song (2019), platform digital multi-sisi ini tidak hanya berfungsi sebagai media untuk pertukaran pengetahuan yang memungkinkan eksperimen, inovasi kewirausahaan, dan penciptaan nilai, tetapi juga berfungsi sebagai perantara untuk transaksi barang dan jasa. Kemampuan dan daya saing agen kewirausahaan, khususnya pelaku UMKM, akan semakin diperkuat dengan penggunaan platform e-commerce yang terintegrasi dengan jejaring virtual seperti media sosial dan digunakan dalam transaksi busniness-to-busniness dan business-to-consumer.

Kesimpulan

Dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat adalah bertambahnya pengetahuan mitra tentang Digital Marketing, mitra menjadi paham ketika akan menyusun strategi digital marketing. Mitra juga langsung mempraktekan ilmu tentang digital marketing mulai dari menyusun strateginya, membuat konten gambar, membuat konten video dan mengiklankan konten tersebut melalui facebook dan instagram. E-commerce dapat mengatasi keterbatasan UKM dalam memperluas pasar dan memasuki pasar ekspor. Dimungkinkan bagi UKM untuk menembus pasar internasional karena ketersediaan media internet yang luas. Selain itu, karena harga teknologi informasi semakin rendah, mereka dapat menggunakan e-commerce untuk menjalankan bisnis mereka.

Diharapkan model e-commerce yang dirancang untuk digunakan oleh UMKM ini akan membantu mereka menjalankan bisnis mereka dan meningkatkan daya saing usahanya dalam ekosistem kewirausahaan digital di desa Margahayu, Bekasi. Dalam hal infrastruktur teknologi digital, keberadaan e-commerce untuk UMKM di desa Margahayu, Bekasi dapat membantu meningkatkan jumlah wirausahawan, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara keseluruhan. Indikator keterbukaan digital, kebebasan digital, dan perlindungan digital yang baik dapat dilihat dari infrastruktur teknologi digital yang baik. Keterbukaan digital di Indonesia, termasuk desa Margahayu di Bekasi, menunjukkan bahwa lembaga-lembaga yang ada mendukung jangkauan dan penggunaan teknologi digital. Di Indonesia secara keseluruhan maupun di desa Margahayu, Bekasi secara khusus, persentase orang dan rumah tangga yang memiliki akses internet terus meningkat.

Daftar Pustaka

Ikhsan, M., & Hasan, M. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota

- Makassar. Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies, 1(1), 39-46.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan tantangan UMKM dalam upaya memperkuat perekonomian nasional tahun 2020 ditengah pandemi covid 19. Jurnal Ekonomi, 22(2), 118-124.
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. Jurnal Abdimas Peradaban, 3(1), 34-40.
- Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. Journal Ekbis, 20(2), 1280-1289.
- Suyanto, U. Y., & Purwanti, I. (2021). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis E-Commerce (Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan). Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah), 4(1), 189-198.
- Tambunan, T. T. (2021). UMKM di Indonesia: perkembangan, kendala, dan tantangan. Prenada Media.
- Kondo, M., Langi, H., Putung, Y., & Kumaat, A. (2023). Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Ekosistem Kewirausahaan Digital di Sulawesi Utara. Technomedia Journal, 8(2 Oktober), 221-234.
- Yusuf, M., & Aini, Z. N. (2024). PEMBERDAYAAN E-COMMERCE DI KALANGAN PELAKU UMKM DI INDONESIA. Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 2(1), 487-491.