

Pembuatan Toko Online Dalam Rangka Transformasi Digital UMKM

Construction Of Online Store In The Framework Of Digital Transformation Of MSMEs

Apriani Simatupang^{a*}, Radityo Fajar Arianto^b, Moses L.P Hutabarat^c,
Universitas Pelita Harapan^{a,b,c}
^aapriani.simatupang@uph.edu

Disubmit : 20 Februari 2023, Diterima : 20 Maret 2023, Dipublikasi : 3 Mei 2023

Abstract

The number of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia is around 64 million MSMEs. Most of MSMEs are micro enterprises. Of the 64 million MSMEs that have carried out digital transformation in 2022, around 17 million MSMEs or around 26%. In 2024 the government has a target to carry out digital transformation of MSMEs by 74% of all MSMEs in Indonesia. This is a challenge that is not easy and requires collaboration from startups, Non-Governmental Organizations and also academics to jointly support the digitalization program. It is proven that the business digitization process can help many companies deal with the negative impacts of Covid-19, including MSMEs. Therefore Pelita Harapan University, Faculty of Economics and Business, needs to work with startups, namely InaMikro and the NGO, Sahabat Lestari, to carry out the MSME Digital Transformation program in the city of Demak. This program is carried out with the assistance of MSMEs, namely helping MSMEs to create their first online shop and finally the implementation of online stores can increase the number of MSMEs sales and increase income.

Keywords: MSME, Digital Transformation, Collaboration, Online Store

Abstrak

Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia adalah sekitar 64 juta UMKM. Sebagian besar UMKM adalah usaha mikro. Dari 64 juta UMKM ini yang sudah melakukan transformasi digital pada tahun 2022 adalah sekitar 17 juta UMKM atau sekitar 26%. Pada tahun 2024 pemerintah memiliki target untuk melakukan transformasi digital UMKM sebesar 74% dari keseluruhan UMKM yang ada di Indonesia. Ini merupakan tantangan yang tidak mudah dan membutuhkan kolaborasi dari para startups, Non-Governmental Organization dan juga akademisi untuk bersama-sama membantu program digitalisasi. Terbukti bahwa proses digitalisasi bisnis dapat membantu banyak perusahaan menghadapi dampak negative akibat Covid-19 termasuk UMKM. Oleh karena itu Universitas Pelita Harapan Fakultas Ekonomi dan Bisnis perlu bekerja sama dengan startups yaitu InaMikro dan NGO yaitu Sahabat Lestari melakukan program Transformasi Digital UMKM di kota Demak. Program ini dilaksanakan dengan pendampingan UMKM yakni membantu UMKM untuk membuat toko online mereka yang pertama dan akhirnya penerapan toko online dapat meningkatkan jumlah penjualan UMKM dan peningkatan pendapatan.

Kata kunci: UMKM, Transformasi Digital, Kolaborasi, Toko Online

1. Pendahuluan

Dampak pembatasan mobilisasi akibat pandemic Covid-19 pada usaha-usaha baik besar dan kecil sangatlah katastropik. Banyak perusahaan dipaksa untuk merubah bisnis modelnya mengadopsi transformasi digital dan berbasis internet, seperti UMKM di daerah Denpasar (Widnyani & Putri, 2021). Penelitian lain membuktikan bagaimana UMKM dapat survive pada masa pandemic Covid 19 yakni dengan mentransformasikan bisnisnya menjadi bisnis berbasis digital (Fitriasari, 2020). Hal ini juga berlaku bagi seluruh UMKM yang ingin mengembangkan bisnisnya atau UMKM yang tidak mau tergerus dengan perkembangan teknologi (Purbasari, Muttaqin, & Sari, 2020). Jumlah UMKM sebesar 64 juta pengusaha dengan

jumlah penyerapan tenaga kerja yang begitu besar harus mendapatkan perhatian dari semua pihak terkait transformasi digital UMKM, agar UMKM terus dapat berkembang sehingga perekonomian juga terus mengalami peningkatan.

UMKM sangat berbeda dibandingkan dengan perusahaan besar yang biasanya dikelola oleh para profesional mulai dari produk, jasa, teknologi, pemasaran, sumber daya manusia dan keuangan. Sebagian besar UMKM berdasarkan asset dan penjualan tergolong usaha mikro. Sebagian besar dikelola dengan cara yang tradisional dan modal yang pas-pasan. Akses pasar dan permodalan sering menjadi penghambat pertumbuhan UMKM belum lagi persaingan akibat derasnya produk impor maupun produk lokal yang diproduksi oleh perusahaan besar. Tentunya dampak pandemi menjadi lebih dasyat menghancurkan UMKM selama tahun 2020-2021.

Pemerintah Republik Indonesia telah menggelontorkan dana membantu UMKM supaya dapat bertahan cukup besar. Pemerintah juga mendorong percepatan UMKM go digital dengan target 74% di tahun 2024. Tentunya hal ini merupakan tantangan yang tidak mudah. Pencapaian target ini membutuhkan kolaborasi dari semua pemangku kepentingan seperti pemerintah, NGO, industry dan juga akademisi.

Dalam rangka mempercepat transformasi digital khususnya di kota-kota pesisir utara pulau Jawa seperti Demak, maka Universitas Pelita Harapan ingin membantu masyarakat untuk membuat toko online bagi para pelaku UMKM. Sehingga topik yang dipilih adalah "Pembuatan Toko Online Dalam Rangka Transformasi Digital UMKM" yang merupakan Pre-modul dan Modul 1 dari kurikulum yang terdiri dari sembilan modul.

Mitra dalam program PkM ini adalah UMKM binaan dari Sahabat Lestari dan InaMikro di kota Demak Jawa Tengah. Permasalahan yang dihadapi oleh para UMKM di daerah ini adalah rendahnya literasi digital, sempitnya akses pasar, dan budaya digital yang jauh di bawah budaya kota-kota besar seperti Jakarta. Sehingga pembukaan toko online ini diharapkan dapat meningkatkan literasi dan budaya digital yang dapat memberikan akses pasar yang lebih luas bagi para UMKM.

Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan maka solusi yang dapat diberikan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini kepada para pelaku UMKM, khususnya di kota Demak adalah membantu pembuatan toko online yang pertama bagi para UMKM yang produknya memiliki masa kadaluarsa yang lebih dari 6 bulan. Selanjutnya para peserta UMKM akan difasilitasi untuk mendapatkan bantuan penyuluhan dari platform penyedia toko online yang sudah ada.

Target luaran yang diharapkan dari pelatihan ini adalah UMKM memiliki toko online mereka dan bersedia untuk dimonitor perkembangannya dari waktu ke waktu. Hasil monitoring ini dapat menjadi bahan penelitian di bidang transformasi digital UMKM di Indonesia. Pelatihan akan dilanjutkan di modul dua sampai sembilan modul sesuai kebutuhan para UMKM

2. Metode

Dalam pelaksanaan PkM ini dilakukan beberapa hal di antaranya adalah:

- 1) Memberikan presentasi pentingnya melakukan transformasi bisnis menjadi digital.
 - a. Memberikan penjelasan tentang perubahan situasi persaingan bisnis.
 - b. Memberikan penjelasan tentang peluang memperluas pemasaran melalui penjualan online baik dalam dan luar negeri.

- 2) Memberikan presentasi bagaimana membuat toko online.
 - a. Memberikan penjelasan bagaimana mendownload aplikasi Mandiri Livin.
 - b. Memberikan penjelasan membuat akun di Mandiri Livin dan bagaimana membuat toko online.
 - c. Memberikan presentasi bagaimana membuat nama toko dan nama produk.
- 3) Memberikan penjelasan tentang bagaimana membuat deskripsi produk.
 - a. Memberikan presentasi bagaimana mengisi kolom harga, persediaan, dan memilih foto produk yang baik.
 - b. Memberikan penjelasan bagaimana menambahkan macam produk setidaknya lima produk untuk dipasarkan secara online.
 - c. Aktifitas umpan balik.
 - d. Deseminasi dan seminar hasil PkM.

Jadwal pelaksanaan

Tabel 1. Jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat

Kegiatan	Bulan ke											
	Bulan ke 1				2				Bulan ke 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Studi Pendahuluan	■	■	■									
Pertemuan Persiapan			■	■	■	■	■					
Persiapan Materi				■	■	■	■	■	■	■		
Persiapan Proposal								■	■	■		
Pelaksanaan Kegiatan									■	■	■	
Rekap dan Analisis										■	■	
Pembuatan Laporan										■	■	
Desiminasi dan Seminar Hasil PKM											■	

Sumber: diolah (2023)

3. Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan ini terlaksana tanggal 19-21 Januari. Materi yang disampaikan diuraikan sebagai berikut :

1. Manfaat membuka toko online

Semakin majunya perkembangan teknologi, adanya pergeseran perilaku masyarakat terhadap model belanja, maka UMKM perlu melakukan pembukaan toko online. Adapun manfaat dalam pembukaan toko online (Putri, Pebriani, Rumi, & Siregar, 2020); (Papadopoulos, 2020) adalah sebagai berikut:

- a) Tidak perlu membayarkan sewa toko;
 - b) Modal relative kecil;
 - c) Dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya;
 - d) Informasi dapat lebih mudah;
 - e) Jangkauan pasar lebih luas;
 - f) Badget marketing dapat disesuaikan.
2. Kelebihan belanja online (Nasution, 2019); (Ricky, Kawung, & Goni, 2021); (Maulidasari, 2021):
 - a. Praktis dan Efisien

Tidak perlu mengeluarkan dana untuk pergi keluar rumah menuju pasar tradisional atau pasar modern. Pembeli dapat mengetahui dan memilih kapan sampai pengiriman barang. Kerusakan barang ditanggung toko, lebih terjamin kondisi barang;

- b. Pilihan lebih banyak dan bervariasi
e-commerce atau toko online tergolong sebagai pasar persaingan yang sempurna. Shopee terdapat banyak toko, Tokopedia didalamnya juga terdapat banyak toko dan jenis aplikasi belanja online lainnya. Konsumen lebih diuntungkan dari sisi pilihan toko dan pilihan jenis barang yang begitu banyak. Konsumen dapat memilih harga dan warna yang hanya klik handphone;
- c. Banyak promo/diskon dan cashback
Dari banyaknya toko online yang ada disetiap aplikasi belanja, toko ataupun aplikasi itu sendiri sering mengadakan kegiatan promosi untuk meningkatkan permintaan konsumen. Ada beberapa promo yang sering dilakukan pada aplikasi belanja online: misal promo ongkos kirim, promo bandling, promo pembayaran, promo cashback, promo yang bekerjasama dengan pihak perbankan atau dompet digital, dan promo lainnya yang tentu guna meningkatkan permintaan konsumen pada pasar online.
- d. Sistem pembayaran lebih mudah
Sistem pembayaran dapat dilakukan dengan cara online, konsumen dapat memilih apakah transfer via bank atau ATM, apakah transfer via mobile banking, atau menggunakan dompet digital.

3. Kelemahan belanja online (Tharob, Mingkid, & Papatungan, 2017); (Rahmaniah, Mauzah, Majid, Arraziq, & Melati, 2023) :

- a. Dapat mengganggu manajemen keuangan
Kemudahan belanja online dan kemudahan pembayaran mengakibatkan manajemen keuangan pribadi akan terganggu. Hal ini disebabkan Ketika melihat barang yang variatif dan harga yang variatif di toko online terkadang konsumen tidak dapat lagi memilah keinginan atau kebutuhan.
- b. Barang tidak sesuai ekspektasi
Barang yang diperoleh terkadang tidak sesuai dengan harapan karena bahan yang diharapkan karena belum dilihat langsung tidak sesuai, warna yang diharapkan tidak sesuai, kualitas yang diharapkan tidak sesuai.
- c. Cenderung membeli barang yang tidak diperlukan atau lebih konsumtif
Karena kemudahan yang diperoleh saat melakukan belanja online, maka kemungkinan yang terjadi adalah
- d. Rawan Penipuan

4. Tantangan Membuka Toko Online

- a. Kompetitor
- b. Digital Marketing (to get noticed)
- c. Target pasar
- d. Meyakinkan calon pembeli
- e. Finansial
- f. Loyalitas pelanggan
- g. Kecepatan layanan
- h. Tidak semua visitor menjadi buyer

5. Workshop

- a. Siapkan KTP, NIB, Foto tempat usaha
- b. Foto Produk minimal 5 produk yang berbeda
- c. Siapkan informasi mengenai suatu produk yang akan dijual (nama, merk, berat, jumlah, tanggal kadaluarsa dll)
- d. Buat narasi
- e. Download aplikasi shopee
- f. Mengikuti petunjuk yang diberikan

Kegiatan ini dimulai dengan penyampaian materi, selanjutnya workshop, peserta melengkapi persyaratan untuk membuka toko online. Akhir sesi peserta telah memiliki toko online. Lalu evaluasi kegiatan. Jumlah peserta yang hadir 21 orang dengan berbagai jenis UMKM. Daftar hadir peserta terlampir. Berikut dikesimpulan hasil evaluasi kegiatan.

Tabel 2.

Penilaian Terhadap Materi PKM yang disampaikan	Puas	Netral	Tidak Puas
	3	2	1
1 Materi yang disampaikan mampu menjawab kebutuhan peserta	100%	0%	0%
2 Materi yang disampaikan mampu menambah wawasan peserta	100%	0%	0%
3 Materi yang disampaikan mampu mengatasi persoalan yang sedang dialami masyarakat	89%	11%	0%
B. Penilaian Terhadap Performa TIM PKM			
1 Kemampuan pembicara dalam menyampaikan materi.	95%	5%	0%
2 Penguasaan Pembicara terhadap materi yang disampaikan.	89%	11%	0%
3 Kesopanan atau ketertiban TIM PKM terhadap peserta	100%	0%	0%
4 Ketepatan waktu TIM PKM terhadap acara	95%	5%	0%
C. Dampak			
1 Kegiatan PKM memberikan dampak riil bagi peserta	100%	0%	0%
2 Kegiatan PKM memberikan pengaruh positif bagi warga sekitar (bukan hanya peserta)	95%	5%	
D. Kritik dan Saran			
Bagus			
Perlu pengembangan yang berkelanjutan			

4. Simpulan

Kegiatan ini memberikan dampak yang positif bagi warga masyarakat terutama peserta yang hadir dalam menambah wawasan mereka untuk mengetahui perkembangan bisnis yang dijalankan terkait transformasi digital. Mereka melakukan secara praktik dengan menggunakan handphone masing-masing dan ada beberapa menggunakan laptop dalam bentuk pendampingan masyarakat Bersama PT Mikrobisnis Digital Sejahtera. Peserta lebih tertarik dengan bisnis berbasis digital karena berkembangnya teknologi saat ini.

5. Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pendukung kegiatan ini yakni, Universitas Pelita Harapan, PT Mikrobisnis Digital Sejahtera, PT Bank Mandiri Tbk, seluruh panitia dan peserta dalam kegiatan ini sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berlangsung dengan lancar dan baik. Akhir kata semoga seluruh pihak selalu dalam lindungan Tuhan Yang Maha Kuasa.

6. Daftar Pustaka

- Fitriasari, F. (2020). How Do Small and Medium Enterprise (SME) Survive The COVID-19 Outbreak? *Jurnal Inovasi Ekonomi*. Vol 5 No 2 , 53-62.
- Maulidasari. (2021). Dampak Promosi Produk Pada Pemasaran Online. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* , 137-142.
- Nasution, F. (2019). Bisnis Online Indonesia Menarik Minat Kalangan Muda. *Jurnal Bisnis Corporate*. 4(1), DOI: <https://doi.org/10.46576/jbc.v4i1.460>.
- Papadopoulos, T. K. (2020). "The Use of Digital Technologies by Small and Medium Enterprises during COVID-19: Implications for Theory and Practice. *International Journal of Information Management* 55(June): 102192. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102192>.
- Purbasari, R., Muttaqin, Z., & Sari, D. (2020). Digital Entrepreneurship in Pandemic Covid 19 Era: The Digital Entrepreneurial Ecosystem Framework. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10, Supplementary Issue 1, 114-135.
- Putri, A., Pebriani, A., Rumi, M. J., & Siregar, J. H. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Toko Online Terhadap Kebutuhan Konsumen Selama Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, Website: <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>.
- Rahmaniah, F., Mauizah, N., Majid, N., Arraziq, M., & Melati, R. (2023). Bisnis Online, Jenis, Keunggulan Dan Kelemahannya. *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 23-43. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/INSPI/article/view/1968>.
- Ricky, R. D., Kawung, E., & Goni, S. (2021). Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru li Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Society*. Vol 1 No 1.
- Tharob, G. F., Mingkid, E., & Paputungan, R. (2017). Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Unsrat. *e-journal "Acta Diurna"* Vol 6 No. 2, <https://media.neliti.com/media/publications/93581-ID-analisis-hambatan-bisnis-online-bagi-mah.pdf>.
- Widnyani, N., & Putri, B. C. (2021). Penerapan Transformasi Digital Pada UKM Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 6(1) 79-87.