

Menerapkan E-Commerce Sebagai Strategi Digitalisasi Untuk Usaha UMKM di Kelurahan Manyar Sabrangan Surabaya

Margaretha Exceline Louisa & Ety Dwi Susanti

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

margarethaexceline1005@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan selama 2 minggu lebih dimulai jelajah lokasi bulan 7 Agustus 2024 pelaksanaanya sesuai dengan tahapan program dan selesai tgl 14 Agustus 2024. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan e-commerce sebagai strategi digitalisasi untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Manyar Sabrangan, Surabaya. Saat ini, UMKM dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan meningkatkan daya saing mereka. Dengan menerapkan e-commerce, UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memaksimalkan pendapatan. Hasil pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa e-commerce tidak hanya memudahkan transaksi, tapi juga memfasilitasi pelaku UMKM untuk berinovasi dalam pemasaran dan pengelolaan produk. Diharapkan penerapan e-commerce akan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha UMKM di Kelurahan Manyar Sabrangan.

Kata Kunci: E-commerce, Digitalisasi, UMKM, Pemasaran Digital, Manyar Sabrangan.

ABSTRACT

This community service was carried out for more than 2 weeks, starting with a location tour on 7 August 2024, carried out in accordance with the program stages and finished on 14 August 2024. This community service aims to explore the application of e-commerce as a digitalization strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Manyar Sabrangan Village, Surabaya. Currently, MSMEs are faced with the challenge of adapting to technological developments and increasing their competitiveness. By implementing e-commerce, MSMEs can expand their markets, increase operational efficiency and maximize revenue. The results of community service show that e-commerce not only makes transactions easier, but also facilitates MSME players to innovate in marketing and product management. It is hoped that the implementation of e-commerce will have a positive impact on the growth and sustainability of MSME businesses in Manyar Sabrangan Village.

Keywords: E-commerce, Digitalization, MSMEs, DigitalMarketing, Manyar Sabrangan.



Hal: 1275-1279

PENDAHULUAN

Dalam era digital ini, penerapan e-commerce sangat vital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) guna meningkatkan daya saing dan menjangkau lebih banyak pasar. Kelurahan Manyar Sabrangan di Surabaya memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, namun banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam ekonomi Indonesia, termasuk di Kelurahan Manyar Sabrangan, Surabaya. Namun, tantangan transformasi digital menjadi penghalang signifikan bagi banyak UMKM untuk bersaing di era digital. Artikel ini membahas penerapan e-commerce sebagai strategi digitalisasi yang efektif untuk UMKM di Kelurahan Manyar Sabrangan, Surabaya. Dengan fokus pada signifikansi digitalisasi, artikel ini bertujuan untuk memberikan panduan bagi UMKM agar dapat bertahan dan tumbuh dalam lingkungan bisnis yang senantiasa berubah.

Digitalisasi telah menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Ini menjadi kunci dalam menghadapi tantangan ekonomi global dan pesatnya perkembangan teknologi. Di era digital ini, penerapan e-commerce sebagai strategi digitalisasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Di Kelurahan Manyar Sabrangan, Surabaya, banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan e-commerce sebagai solusi untuk memperkuat posisi UMKM di pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 1. Lokasi UMKM Di Kelurahan Manyar Sabrangan

Salah satu keunggulan utama e-commerce adalah kemampuannya dalam memperluas akses pasar. Dengan adanya platform digital, UMKM dapat mencapai konsumen di luar batas geografis lokal, sehingga meningkatkan potensi penjualan. Menurut data Kementerian Perdagangan tahun 2023, nilai transaksi e-commerce di Indonesia mencapai Rp533 triliun. Pertumbuhannya signifikan dibanding tahun sebelumnya. Hal ini menekankan betapa pentingnya bagi UMKM untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan ini agar tidak ketinggalan.

E-commerce juga membantu dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Manfaat dari proses transaksi yang lebih cepat, mudah, dan pengurangan biaya operasional adalah sangat signifikan. Dengan menggunakan teknologi digital, pelaku UMKM dapat meningkatkan efektivitas dalam mengelola inventaris dan pemasaran produk. Penerapan sistem e-commerce memungkinkan pelaku usaha untuk fokus pada pengembangan produk dan layanan tanpa terbebani oleh proses manual yang memakan waktu.

Pelatihan dan pendidikan tentang e-commerce juga menjadi elemen krusial dalam pelayanan masyarakat ini. Banyak pelaku

UMKM belum memahami cara menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, pelatihan akan difokuskan pada pemahaman dasar pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan strategi SEO untuk meningkatkan visibilitas produk. Dengan keterampilan yang tepat, diharapkan pelaku UMKM dapat memanfaatkan e-commerce secara maksimal.

Secara keseluruhan, penerapan e-commerce sebagai strategi digitalisasi di Kelurahan Manyar Sabrangan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan UMKM tetapi juga untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih inovatif dan berkelanjutan. Dengan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga pendidikan, diharapkan pelaku UMKM dapat mengatasi berbagai tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital ini.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Manyar Sabrangan Surabaya ini dilakukan dengan pelatihan dan praktik langsung, yang tahapan pelaksanaan dapat didiskripsikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat di Kelurahan Manyar Sabrangan Surabaya

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap awal	Survei Lokasi Tempat Pengabdian Masyarakat Di Kelurahan Manyar Sabrangan.
2.	Tahap Persiapan	a. Penyusunan konsep program dari pengabdian b. Sosialisasi program pengabdian

3.	Penyusunan program hasil kesepakatan	Penyesuaian rencana program pengabdian
4.	Implementasi pelatihan	a. Pelatihan dan Pendidikan b. Infrastruktur Digital c. Kemitraan dengan Platform E-commerce d. Pemasaran Digital
5.	Laporan	Penyusunan laporan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manyar Sabrangan adalah sebuah kelurahan di wilayah Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur. Kelurahan yang di dalamnya terdapat berbagai macam usaha dagang. Menerapkan e-commerce sebagai strategi digitalisasi UMKM di Kelurahan Manyar Sabrangan Surabaya adalah langkah penting untuk meningkatkan daya saing dan akses pasar. Dalam konteks ini, UMKM di daerah tersebut sering menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara efektif.

Penelitian menunjukkan bahwa adopsi e-commerce dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar mereka, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi dalam pemasaran. Dengan menggunakan platform digital, UMKM dapat mencapai konsumen dengan lebih luas tanpa harus bergantung pada metode pemasaran tradisional yang terbatas.

Hasil program pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Manyar Sabrangan belum sepenuhnya memahami penggunaan e-commerce secara optimal. Melalui pelatihan ini, peserta akan mempelajari cara membuat akun di platform e-commerce seperti Shopee dan cara

memasarkan produk secara online. Pelatihan ini tidak hanya meliputi aspek teknis pembuatan akun, tetapi juga strategi pemasaran digital yang efektif. Hasil survei pasca-pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang penggunaan media sosial dan e-commerce sebagai alat untuk meningkatkan penjualan.

Dalam diskusi tentang hasil implementasi e-commerce, terlihat bahwa pelaku UMKM mengalami peningkatan penjualan setelah menerapkan strategi digitalisasi. E-commerce memungkinkan transaksi langsung dengan konsumen, menghilangkan perantara yang bisa mengurangi keuntungan. Selain itu, penggunaan platform digital juga membantu UMKM dalam mengelola inventaris dan mempercepat proses pengiriman produk kepada pelanggan. Hal ini penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas merek.

Secara keseluruhan, implementasi e-commerce di Kelurahan Manyar Sabrangan Surabaya menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan pendapatan dan daya saing UMKM. Program pengabdian masyarakat ini fokus pada memberikan pelatihan teknis dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya digitalisasi dalam dunia bisnis. Ke depan, diharapkan adanya peningkatan jumlah UMKM yang menggunakan teknologi digital untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan berkontribusi pada perekonomian lokal.



Gambar 1 Daftar Menu UMKM Di Kelurahan Manyar Sabrangan Surabaya



Gambar 2 Bercode UMKM Di Kelurahan Manyar Sabrangan Surabaya.

KESIMPULAN

Penerapan e-commerce sebagai strategi digitalisasi untuk UMKM di Kelurahan Manyar Sabrangan Surabaya sangat penting. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan mereka. Upaya kolaboratif antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku usaha sangat diperlukan untuk mendukung proses digitalisasi ini. Digitalisasi melalui e-commerce adalah strategi yang efektif bagi UMKM di Kelurahan Manyar Sabrangan, Surabaya, untuk meningkatkan daya saing mereka. Dengan pelatihan yang tepat, dukungan infrastruktur, kemitraan dengan platform e-commerce, dan pemasaran digital, UMKM dapat mengoptimalkan potensi mereka. Partisipasi aktif pemerintah dan masyarakat penting dalam memastikan keberhasilan transformasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Rachmawati, Fitri. 2018. Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)
- Ridwan, Iwan Muhammad. Dkk. 2019. Penerapan Digital marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung. JURNAL ABDIMAS BSI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Vol. 2 No. 1 Februari 2019, Hal. 137-142. E-ISSN: 2614-6711.
- Wardana, Aditya. 2018. Strategi Digital marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional: Forum Keuangan dan Bisnis IV, Th 2015. ISBN: 978-602-17225-4-1.

- Indriyani et al. (2024). Strategi Peningkatan Efisiensi Operasional UMKM di Era Digital: Pendekatan Kualitatif dengan Business Intelligence dalam Implementasi E- Commerce.
- Saroyo (2023). Pengaruh E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM: Tinjauan Terhadap Implementasi Teknologi Digital.
- Asiyah, S. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku UMKM Guna Peningkatan Pendapatan. Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Ahmad, R., & Kurniawan, D. (2020). Implementasi e-commerce dalam pengembangan usaha mikro, kecil.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2022). "Laporan Tahunan Transformasi Digital UMKM."
- Dewi, R. (2024). "Pemetaan Strategi E-commerce untuk UMKM." Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Digital.
- Fujiyama (2024). Program Pengabdian kepada Masyarakat Telkom University Surabaya Bantu UMKM Desa Panjunan Go Digital.
- JATIM SATU News. (2024). Digitalisasi UMKM Warga Manyar Sabrangan: Kelompok KKNT UPN 'Veteran' Jawa Timur.
- Media Indonesia. (2023). UMKM 2023: Kendala Memasuki Pasar Digital.