

Pelatihan Desain *E-Commerce* UMKM Bersama Kelompok Wanita Tani (KWT) Menur di Dusun Clebung, Desa Soronalan, Magelang

Tsalis Nanda Latifah^{1*}, Nabila Risma Rahmawati¹, Erwin Adi Novanto¹, Siti Hani Istiqomah¹

¹Jurusan Kesehatan Lingkungan, Poltekkes Kemenkes Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Article Information

Article history:

Received Mei 3, 2024

Approved Mei 7, 2024

Keywords:

Usaha Mikro Kecil; Usaha Mikro; Kecil; Menengah; Pemasaran; E-commerce; Marketplace

ABSTRAK

Usaha Mikro kecil dan menengah merupakan kegiatan usaha yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Dusun Clebung adalah dusun yang dikelilingi oleh pegunungan dengan hasil alam yang sangat melimpah, maka dari situ banyak potensi yang dapat dimanfaatkan menjadi suatu produk UMKM namun terdapat kendala yaitu dibagian pemasarannya. Maka dari itu, perlu adanya edukasi terkait e-commerce dan marketplace. Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode ceramah dan diskusi bersama terkait desain kemasan yang di anjurkan untuk produk UMKM dan bagaimana cara pemasaran atau promosi ke sosial media agar menarik calon pembeli. Kegiatan Edukasi e-commerce dan marketplace, ibu-ibu Kelompok Wanita Tani diberi penjelasan terkait penggunaan sosial media agar dapat menarik perhatian pembeli dari berbagai daerah dengan cara mempromosikan melalui semua sosial media. Pemasaran sangat penting dalam bidang ini, karena pemasaran menghubungkan kegiatan produksi dan konsumsi oleh konsumen dan ketatnya persaingan pasar. Oleh karena itu UMKM membutuhkan strategi dalam pemasaran, meningkatkan kualitas SDM dan memanfaatkan teknologi yang sudah ada. Program kerja ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan peningkatan keterampilan dasar kepada pelaku UMKM dan UKM. Dari kegiatan pelaku UMKM dan UKM dapat melakukan pemasaran secara digital serta mengetahui bagaimana packaging dan nama produk yang menarik untuk konsumen, selain itu dilakukan praktik foto produk secara sederhana dengan benda-benda yang ada di sekitar sehingga para pelaku UMKM dan UKM dapat menampilkan produk mereka secara sederhana namun terlihat menarik dan mewah.

© 2023 JGEN

*Corresponding author email: tsalismanda2233@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha Mikro kecil dan menengah merupakan kegiatan usaha yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Manfaat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di dusun bagi perekonomian dusun yaitu meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat khususnya perempuan, mendapatkan pengalaman berwirausaha, memperkecil angka pengangguran di dusun mempererat rasa kebersamaan, mengembangkan potensi masyarakat, mengembangkan usaha yang telah ada sebelumnya, serta menumbuhkan rasa ingin maju dan sebagainya.

Dusun Clebung adalah dusun yang dikelilingi oleh pegunungan dengan hasil alam yang sangat melimpah, maka dari situ banyak potensi yang dapat dimanfaatkan menjadi suatu produk UMKM baik dari hasil Perkebunan dan pertanian seperti keripik gedebog pisang, pegagan dan tortilla.

Berdasarkan hasil observasi, survei dan wawancara dilapangan dimana lokasi dan potensi yang dimiliki Dusun Clebung, seharusnya keberadaan UMKM tersebut bisa untuk dikembangkan, namun kenyataannya sampai sekarang masih memiliki kendala yaitu dibagian pemasarannya, Maka dari itu, program kerja ini menjadi program kerja unggulan kami dan diharapkan dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat terutama di Dusun Clebung. Langkah yang kami ambil yaitu melakukan edukasi terkait *e-commerce* dan *marketplace*.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode ceramah dan diskusi bersama terkait desain kemasan yang di anjurkan untuk produk UMKM dan bagaimana cara pemasaran atau promosi ke sosial media agar menarik calon pembeli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini ditujukan untuk Kelompok Wanita Tani di Dusun Clebung selain menanam juga ibu-ibu membentuk suatu Kumpulan yang sering disebut "Menur" bertujuan mengisi waktu luang yang memanfaatkan waktunya untuk memproduksi beberapa jenis keripik yaitu gedebong pisang, pegagan dan tortilla.

Sebelum dilakukan kegiatan edukasi *e-commerce* dan *marketplace*, ibu-ibu Kelompok Wanita Tani diberi penjelasan terkait penggunaan sosial media agar dapat menarik perhatian pembeli dari berbagai daerah dengan cara mempromosi melalui semua sosial media semenarik mungkin dari postingannya hingga kemasan keripik yang digunakan. Dalam meningkatkan penjualan diperlukan suatu promosi dan desain kemasan yang menarik, 2 hal tersebut sangat penting di dalam suatu penjualan produk. Keripik yang di produksi oleh menur juga sudah mendapatkan PIRT tetapi memiliki kendala dalam pemasaran dikarenakan desain kemasan dan juga teknik pemasaran yang begitu monoton maka dari itu produk tersebut jarang diketahui oleh warga atau calon pembeli.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Dusun Clebung bagi perekonomian daerah dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, memberdayakan masyarakat khususnya perempuan, mendapatkan pengalaman berwirausaha, memperkecil angka

pengangguran di desa, mempererat rasa kebersamaan, mengembangkan potensi masyarakat, mengembangkan usaha yang telah ada sebelumnya, serta menumbuhkan rasa ingin maju dan sebagainya. Ada beberapa faktor yang menghambat perkembangan UMKM, salah satunya yaitu kesulitan dalam pemasaran. Pemasaran sangat penting dalam bidang ini, karena pemasaran menghubungkan kegiatan produksi dan konsumsi oleh konsumen dan ketatnya persaingan pasar. Oleh karena itu UMKM membutuhkan strategi dalam pemasaran, meningkatkan kualitas SDM dan memanfaatkan teknologi yang sudah ada.

Program kerja ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan peningkatan keterampilan dasar kepada pelaku UMKM dan UKM setempat terkait cara pemasaran melalui pasar digital dengan mengenalkan beberapa prinsip seperti : branding (tampilan, deskripsi produk), pengemasan, promosi, dan meningkatkan kepercayaan konsumen melalui testimoni dan ulasan produk. Selain itu program kerja ini juga memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai cara pembuatan akun di salah satu aplikasi *e-commerce* dan cara pengoperasian dasar aplikasi tersebut.



Gambar 1. Kemasan Produk

KESIMPULAN

Dari kegiatan Pelaku UMKM dan UKM dapat melakukan pemasaran secara digital serta mengetahui bagaimana *packaging* dan nama produk yang menarik untuk konsumen, selain itu dilakukan praktik foto produk secara sederhana dengan benda-benda yang ada di sekitar sehingga para pelaku UMKM dan UKM dapat menampilkan produk mereka secara sederhana namun terlihat menarik dan mewah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada : 1) Direktur Poltekkes Kemenkes Yogyakarta, 2) Kepala Dusun Clebung, 3) Kelompok Wanita Tani, 4) Pemuda Dusun Clebung, 5) PKK Dusun Clebung.

DAFTAR PUSTAKA

Fidela, A., Pratama, A., & Nursyamsiah, T. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(3), 493–498.

Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73-85. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>

Suyatno, S., & Suryani, D. A. (2022). Pengembangan Potensi UMKM Berbasis lokal dalam Mendorong Perekonomian di Desa Girikerto. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 108–118. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.16821>