

Pengembangan Digitalisasi Bagi UMKM Pada Toko Busana dan Pengemasan Pada Pedagang Sayur Di Pasar Playen

Delis Noviawati Iskandar¹, Hasim As'ari²

^{1,2} Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Korespondensi Penulis: delisnoviawatiiskandar17@gmail.com

ABSTRAK

Digitalisasi pasar memiliki potensi untuk mengubah cara bisnis beroperasi, meningkatkan efisiensi, meningkatkan aksesibilitas produk dan layanan, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Namun, juga membawa tantangan seperti keamanan data dan privasi yang perlu diatasi secara cermat. Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh peneliti di pasar Playen kabupaten gunung kidul, data telah dikumpulkan berasal dari para pelaku UMKM yang belum mengenal apa itu online shop, keterbatasan pelaku usaha dalam memaksimalkan teknologi digital seperti e-commerce, dan pengemasan bahan makanan yang masih sangat jauh tertinggal dibanding pasar modern. Tujuan adalah membantu masyarakat dalam meningkatkan wawasan terkait teknologi dan digitalisasi, agar masyarakat mengetahui pentingnya mengikuti teknologi untuk mengimbangi market modern. Tahap melakukan melakukan sosialisasi untuk memperkenalkan e-commerce dan bagaimana cara penggunaannya, memberikan sosialisasi kepada UMKM terkait e-commerce, manfaat yang dapat dirasakan oleh UMKM. E-commerce membantu pelaku usaha khususnya di pasar tradisional dan membantu digitalisasi yang merupakan upaya dalam membantu pelaku usaha khususnya di pasar modern.

Kata kunci: *UMKM; Digitalisasi; Pasar; Online shop*

ABSTRACT

Market digitalization has the potential to change the way businesses operate, increasing efficiency, increasing the accessibility of products and services, and creating better customer experiences. However, it also brings challenges such as data security and privacy that need to be addressed carefully. In implementing community service carried out by researchers at the Playen market, Gunung Kidul district, the data collected came from MSME actors who did not know what an online shop was, the limitations of business actors in maximizing digital technology such as e-commerce, and the packaging of food ingredients which was still very limited. far behind the modern market. The aim is to help people increase their insight regarding technology and digitalization, so that people know the importance of following technology to keep up with the modern market. The outreach stage is to introduce e-commerce and how to use it, providing outreach to MSMEs regarding e-commerce, the benefits that MSMEs can feel. E-commerce helps business actors specifically in traditional markets and helps digitalization which is an effort to help business actors specifically in modern markets.

Keywords: *UMKM; Digitalization; Market; Online shop*

Informasi Artikel: Submit: 13-08-2023 Revisi: 14-09-2023 Diterima: 16-10-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi ini masih banyak masyarakat yang belum mengerti akan tingginya teknologi saat ini, kemunculan teknologi bukan hanya sebatas hadirnya cara berkomunikasi dengan mudah, teknologi juga merambah ke dunia perekonomian, semakin majunya dunia teknologi maka semakin gencar pula perubahan lain yang dihasilkan, perekonomian di Indonesia bukan hanya tentang perusahaan besar dan sejenisnya, perekonomian Indonesia juga ditopang oleh usaha-usaha kecil yang mana usaha kecil ini, tidak jauh dari UMKM, UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja.

Digitalisasi merupakan Langkah awal untuk membangun negara yang maju agar bisa menyeimbangi teknologi, kemajuan akan teknologi memang bukan hal mudah untuk Menurut Sukmana dalam Erwin (2020), digitalisasi adalah proses media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, scanner, operator media sumber dan software pendukung. Digitalisasi pasar merujuk pada transformasi pasar tradisional ke dalam bentuk yang lebih terhubung, otomatis, dan berbasis teknologi. Ini melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mengubah cara bisnis beroperasi, cara konsumen berinteraksi dengan produk dan layanan, serta cara pemangku kepentingan terlibat dalam ekosistem pasar.

Di dunia pasar, digitalisasi sangat dibutuhkan apalagi terkait dengan pasar tradisional, yang mana masih banyak masyarakat yang menganggap digitalisasi tidak penting bagi kelangsungan pasar itu sendiri, hambatan utama yang dihadapi oleh UMKM yang ada di pasar antara lain adalah bersaing dalam dunia digital seperti e-commerce, dan proses pengemasan bahan makanan juga menjadi salah satu masalah yang dialami oleh warga pasar.

Digitalisasi pasar memiliki potensi untuk mengubah cara bisnis beroperasi, meningkatkan efisiensi, meningkatkan aksesibilitas produk dan layanan, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Namun, juga membawa tantangan seperti keamanan data dan privasi yang perlu diatasi secara cermat. Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh peneliti di pasar playen kabupaten gunung kidul, berdasarkan data yang telah dikumpulkan, yang mana terdapat UMKM yang belum mengenal apa itu online shop, keterbatasan pelaku usaha dalam memaksimalkan teknologi digital seperti e-commerce, dan juga pengemasan bahan makanan yang masih sangat jauh tertinggal dibanding pasar modern, hal tersebut menarik minat peneliti untuk membantu setiap pelaku UMKM yang ada di pasar Playen. Dalam memberikan pemahaman tentang pentingnya digitalisasi dan seberapa pesat

teknologi telah menguasai market sekitar, baik dalam penggunaan e-commerce, dan bagaimana menyeimbangkan kualitas barang yang ada di pasar.

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang terjadi, maka permasalahan yang hendak dipecahkan dengan beberapa program yang akan dilakukan antara lain pelaku usaha yang masih belum memahami digitalisasi pemasaran untuk mendorong tingkat pemasaran yang lebih luas (Online Shop), dan pengemasan makanan yang masih sangat jauh tertinggal bila dibandingkan dengan pasar modern. Tujuan adanya pengabdian masyarakat ini antara lain adalah untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan wawasan terkait teknologi dan digitalisasi, agar masyarakat mengetahui pentingnya mengikuti teknologi untuk mengimbangi market modern, hingga dapat bersaing bukan hanya dengan market offline, namun juga dengan market online. Serta diharapkan warga pasar lebih mengetahui bagaimana cara membuat e-commerce untuk menunjang penjualan secara digital.

METODE PENELITIAN

Kegiatan yang dilakukan melibatkan beberapa UMKM di pasar playen yang dikunjungi sesuai dengan kriteria yang diinginkan, beberapa usaha yang di ambil ini bervariasi mulai dari usaha pakaian, usaha makanan rumahan, toko kelontong dan pedagang sayuran. Pelaksanaan penelitian dilakukan mulai tanggal 18 september 2023 s.d 22 september 2023. Kegiatan diawali dengan melakukan koordinasi dengan lurah pasar, untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat dari peneliti kepada pelaku umkm yang ada di pasar tersebut. Kemudian meminta perizinan untuk tempat penelitian, sasaran dan program yang akan dijalankan. Mengunjungi setiap UMKM yang telah dilakukan survey dan memenuhi syarat yang diinginkan peneliti, dan melakukan Kerjasama untuk melakukan penelitian.

Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian antara lain yaitu dengan melakukan survei untuk mengelompokkan usaha-usaha dengan masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha yang berada di pasar playen kabupaten gunung kidul. Dari analisis serta survei yang dilakukan maka ditentukan pengelompokan antara jumlah usaha, masalah usaha, dan solusi yang akan dilaksanakan.

Tabel 1. Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Masalah	Metode yang digunakan	Tujuan
Pelaku usaha masih minim dalam pengetahuan mengenai e-commerce dan cara pemanfaatannya dalam melakukan penjualan.	Sosialisasi: melakukan sosialisasi memperkenalkan apa itu e-commerce dan bagaimana cara penggunaannya, dengan penyampaian secara lisan dan terbuka	Pelaku usaha dapat lebih memahami cara kerja e-commerce dan pemanfaatan teknologi yang tersedia untuk melakukan pemasaran secara <i>online</i> .

Pelaku usaha mengetahui apa itu <i>online shop</i> , namun tidak mengetahui bagaimana cara pemanfaatannya dan cara pendaftarannya.	Pelatihan: peneliti melakukan pelatihan kepada UMKM terkait bagaimana cara pendaftaran dan cara pemanfaatan e-commerce bagi pelaku UMKM.	Pelaku usaha dapat melakukan pendaftaran di online shopee terkait, dan mengetahui juga memahami bagaimana pemanfaatannya untuk peningkatan penjualan.
Pelaku usaha tidak menggunakan pengemasan yang bersih dalam penjualannya	Sosialisasi dan pendampingan: melakukan sosialisasi terkait bahan makanan yang bersih dan sehat, juga pendampingan dalam melakukan pengemasan makanan.	Pelaku usaha agar bisa lebih mengutamakan kualitas bahan makanan yang akan di jual

Pada langkah sosialisasi dilakukan dengan cara door to door dari pelaku usaha satu ke pelaku usaha yang lain, tujuannya agar setiap pelaku usaha bisa fokus terhadap apa yang menjadi masalah mereka, sosialisasi ini diharapkan bisa membantu pelaku usaha dalam memahami teknologi untuk solusi permasalahan pelaku usaha itu sendiri, mulai dari pengenalan e-commerce dalam dunia digital market (shopee), bagaimana pendaftaran dan pemanfaatannya, sosialisasi terkait makanan yang bersih dan sehat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan pengabdian masyarakat dalam melakukan digitalisasi pada pedagang sayur dan pedagang pakaian ini memberikan manfaat yang begitu luas tentang teknologi dan pemanfaatannya, teknologi yang sebelumnya disepelekan dan dianggap tidak penting menurut pandangan Sebagian umkm karna prosedur dan penggunaannya yang dianggap merepotkan dan membuang banyak waktu, namun UMKM perlu sadar jika teknologi sudah bukan hal yang bisa dianggap sepele, nyatanya teknologi sekarang sudah menggeser Sebagian atau bahkan semua pekerjaan manusia, teknologi mulai menggantikan cara kerja manusia dengan lebih efektif dan efisien, bagaimana tidak kemajuan teknologi ini bisa bekerja 24 jam tanpa berhenti dan dapat diakses setiap saat, ini dapat membantu mengurangi kerja kita jika dapat dimanfaatkan dengan lebih baik.

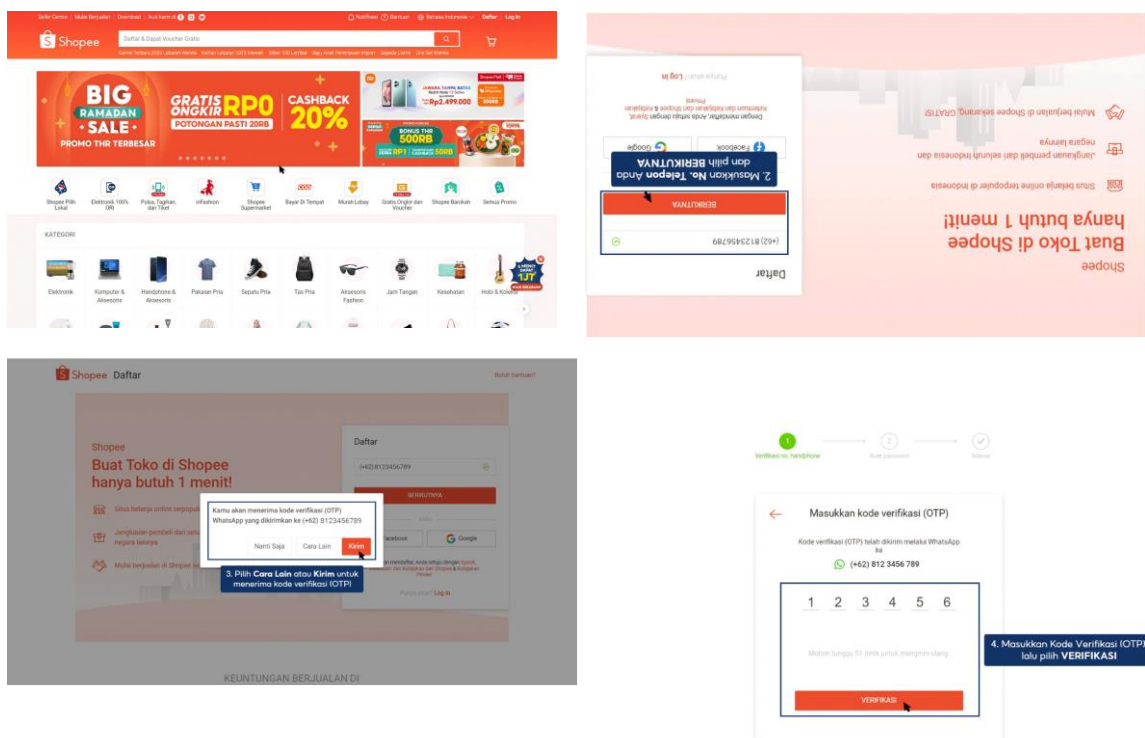
Maka permasalahan mengenai kurangnya pengetahuan tentang teknologi dapat menjadi masalah yang sangat serius, jika dibiarkan begitu saja, mengapa? karna teknologi lagi-lagi tidak pernah berhenti untuk terus melakukan update secara terus menerus. Jika hal ini dibiarkan dan kita tidak sadar akan perubahan yang terjadi akan mengakibatkan ketertinggalan yang sangat jauh bagi pelaku umkm di negara ini.

Sosialisasi dan pengembangan e-commerce.

Tahap pertama yang dilakukan yaitu melakukan sosialisasi mengenai melakukan sosialisasi untuk memperkenalkan apa itu e-commerce dan bagaimana cara penggunaannya, dengan memberikan sosialisasi kepada pelaku umkm terkait apa itu e-commerce, manfaat apa saja yang dapat dirasakan oleh pelaku UMKM, sosialisasi dilakukan dengan tatap muka yang dilakukan di lapak pedagang secara langsung, E-commerce (electronic commerce) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan praktik berbisnis yang melibatkan pembelian, penjualan, dan pertukaran produk, layanan, atau informasi melalui internet atau jaringan komputer elektronik lainnya. Pemasaran digital mencakup berbagai teknik dan alat, seperti iklan online, media sosial. Sosialisasi ini juga diadakan tanya jawab yang mana hal tersebut dapat dimanfaatkan bagi pelaku usaha untuk lebih memahami apa yang disampaikan.

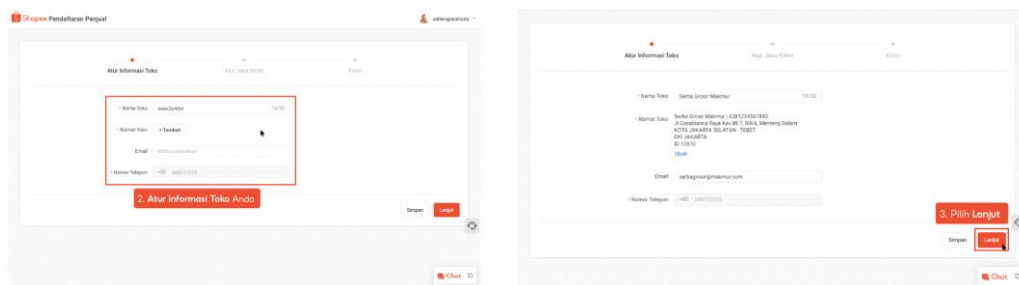
Setelah melakukan sosialisasi Langkah selanjutnya adalah pengenalan e-commerce sebagai platform penjualan online yang dapat digunakan bagi pelaku UMKM. Dalam penelitian ini platform yang digunakan adalah sosial media dan Online shop seperti FB dan shopee. Pengenalan ini dilakukan agar pelaku usaha semakin mendalami pengetahuannya terhadap aplikasi dan platform yang akan digunakan. Selanjutnya adalah mulai melakukan pembuatan pendaftaran akun pada aplikasi Shopee, dalam pelaksanaan yang dilakukan untuk mendaftar di Shopee seller dengan rangkaian proses sebagai berikut :

a. Daftar di Aplikasi Shopee/Mulai Berjualan di situs Shopee/Daftar di Seller Centre

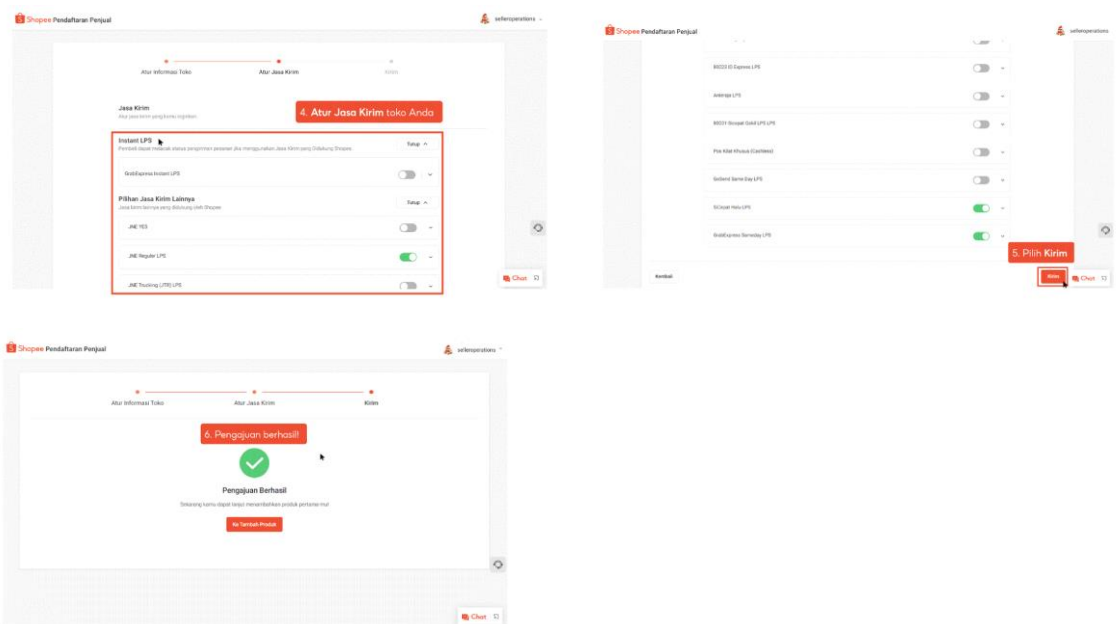




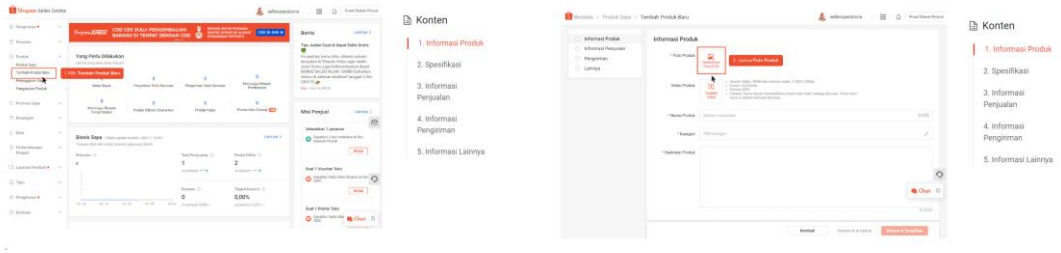
b. Tambahkan Informasi Toko Anda



c. Pilih Jasa Kirim Toko Anda



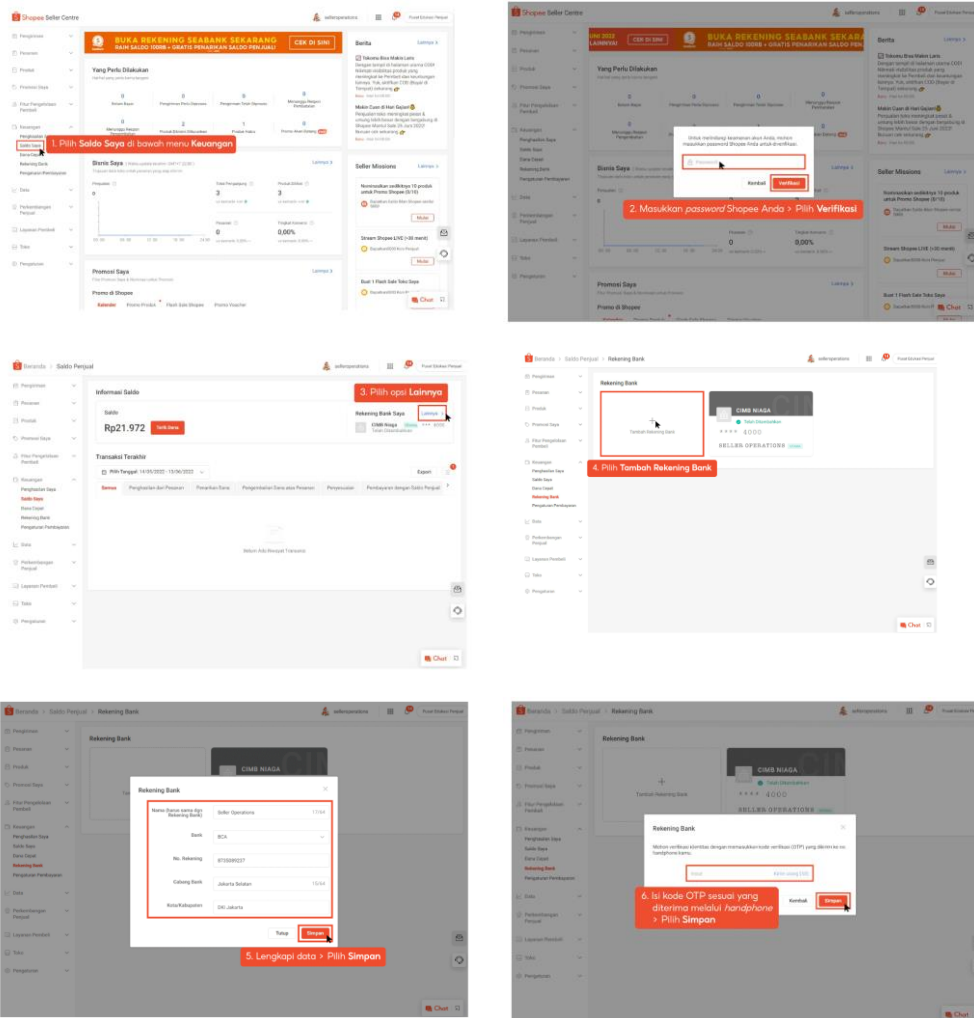
d. Upload daftar produk



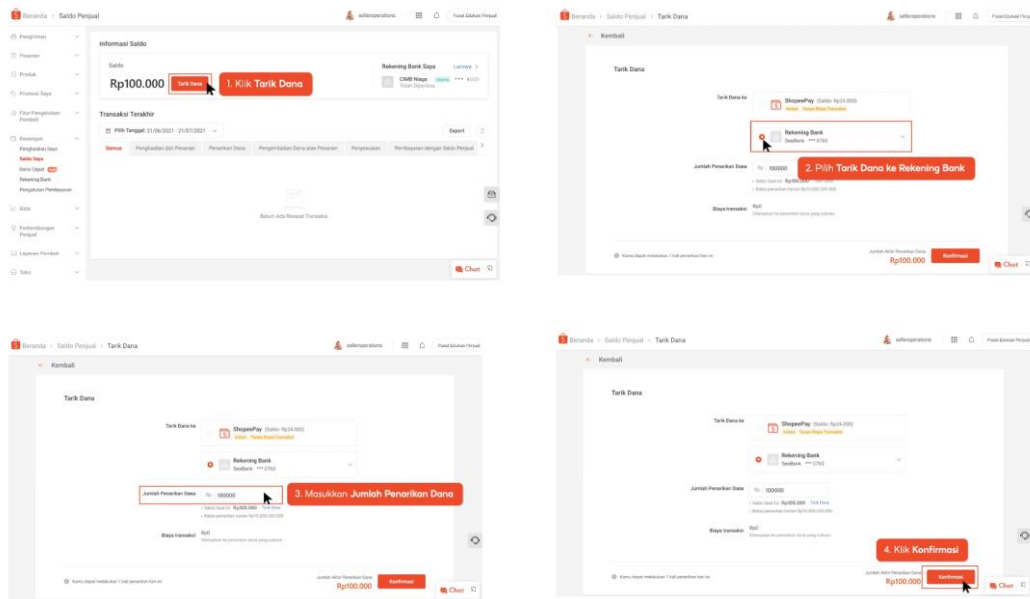
e. Verifikasi identitas Anda untuk bergabung dalam Program Gratis Ongkir

f. Saat Anda menerima pesanan, atur pengiriman dengan Jasa Kirim yang Didukung Shopee

g. Tambahkan detail rekening bank Anda untuk menarik dana penghasilan



h. Periksa dan tarik dana penghasilan Anda dari Saldo Penjual



Dengan adanya bantuan yang dilakukan peneliti pelaku usaha merasa terbantu dan dapat dengan mudah memasarkan produknya kepada konsumen yang lebih luas, sosialisasi ini sangat efektif bagi pelaku umkm untuk perkembangan bisnis nya, dalam pendampingan yang dilakukan secara tidak langsung membantu pelaku umkm untuk memperluas marketing dan menambah wawasan mengenai sistem penjualan online. Dengan begitu pelaku umkm bisa dengan mudah untuk mengoperasikan aplikasi yang tersedia.

Sosialisasi dan pengembangan pengemasan produk.

Dalam kasus yang terjadi di pasar playen ini, masih banyak yang belum mengetahui dampak dari lingkungan yang kotor terhadap makanan, sosialisasi ini dilakukan secara sederhana yang mana sosialisasi dilakukan dengan mengedukasi pelaku usaha yang dinilai masih kurang dalam pengemasan barang dan masih kurang menjaga lingkungan sekitar, mulai dari pembersihan lingkungan, dan membantu pengemasan produk yang di jual, dengan begitu pelaku usaha dapat dengan nyaman memperjual-belikan produknya, dan konsumen juga merasa nyaman dengan lingkungan yang ditempati pelaku usaha.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan dalam pendampingan dan pengembangan pada proses penjualan dengan mengutamakan digitalisasi pada pelaku umkm menjadi salah satu pilihan untuk membantu memperluas pasar UMKM, digitalisasi juga merupakan upaya dalam membantu pelaku usaha khusus nya di pasar tradisional yang mana kini pasar tradisional mulai tergeser dengan adanya pasar modern, sosialisasi dan pendampingan in menciptakan kesempatan bagi pelaku umkm yang ingin mengembangkan usaha nya, dan memperluas wawasan yang dimiliki dalam sistem bisnis online. Juga mempertahankan kualitas dari suatu

produk dengan tetap menjaga lingkungan sekitar agar tidak mencemari produk yang akan dijual.

UCAPAN TERIMAKASIH / ACKNOWLEDGMENT

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada para pelaku UMKM yang bersedia meluangkan waktunya untuk kami dan telah bersedia dan mengizinkan peneliti untuk melakukan pengabdian masyarakat ini, tidak lupa kepada lurah pasar yang telah bersedia membantu dan menyediakan tempat untuk peneliti melakukan pengabdian masyarakat. Serta kepada dosen pembimbing peneliti Bapak Dr. Hasim As'ari, SE. MM yang telah membimbing peneliti dari awal hingga akhir. serta seluruh pihak terkait yang telah membantu dan ikut mendukung selama kegiatan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA / REFERENCES

Putri, J.I., Khoirunnisa, Ayu,M., Eka,S., Hanisa, Y., Usman,A. (2022). Judul: Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk Pengembangan UMKM di Kelurahan Tlumpu Melalui Online Single Submission (OSS). Jurnal Pengabdian Masyarakat. VOL. 2. 2022 Hal.149-157.

Tafriyanto,Chairul,F., Septi, D.A., Sri, I.H., Kusyairi, Linda,S. (2022). Judul: Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Bagi UMKM Desa Branta Tinggi, Tlanakan, Pamekasan. PARTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol. 3 No. 2 Tahun 2022

Zahra, I.D., Khoirunnisa, Ayu, M., Eka, S., Hanisa, Y., Usman, A. Judul: pendampingan dan pengembangan inovasi usaha mikro kecil dan menengah (umkm) toko kuenak di ciputat timur. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ. 2021.

Nisa, Mutia, F.,Eka, S., Dini, G.P. Judul : Pengembangan Usaha Kecil Menengah Produk Online Shop Faeyza Store di Kelurahan Panunggan Utara Kecamatan Pinang Kota Tangerang Tahun 2020. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ. Tahun 2020.

Azhari, S.R., Judul: Implementasi Digitalisasi Dalam Distribusi Penyaluran Kerang Hijau Untuk Meningkatkan Pendapatan Nelayan (Kalibaru RW 01, Cilincing). Tahun 2022. Repository STIE Indonesia (STIE) Jakarta. Tahun 2022

Handayani, A., Muhammad, A., Masayu, N.J., Aulia, R, Malik. Judul: Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Ekowisata Berbasiskain Tapis Di Desa Negeri Katon Kabupaten Pesawaran.Tahun 2023. Jurnal Pengabdian UMKM.Pusat Studi UMKM –Universitas Bandar Lampung. Volume 2 Nomor 2, Juli 2023.

JCOMMENT (Journal of Community Empowerment)

EISSN: 2745-875X, Vol. 4 No. 3 (2023): Oktober Hal: 110-119

DOI: 10.55314/jcomment.v4i3.576

Ardansyah, Hepiana, P., David,P.S. Judul: Pengembangan Umkm Toko Kelontong Konvensional Src Tata Di Bandar Lampung. Tahun 20023 Jurnal Pengabdian UMKM.Pusat Studi UMKM –Universitas Bandar Lampung. Volume 2 Nomor 2, Juli 2023.

Dahlan, M. Judul: Peran Pengabdian Pada Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol. 1, No. 2, April 2017: 81 – 86.

Maulana, I., Yehezkiel, C., Eri, R.H., Masniarar, A.B.A., Nathania, J., Salsabila, P.Z. Judul: Pendirian Pojok Digital Desa Pasigaran Sebagai Salah Satu Sarana Digitalisasi Desa Pasigaran. Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol.6, No.1, April 2023, Hal 6 – 11

Ramadhani, A.F., Aprili, S.E.W., Setiyowati., Agni, A., Dan Yuli, C. Judul: Pengembangan Umkm Melalui Sosialisasi Dan Penyuluhan Gunamenunjang Keberlangsungan Usaha Di Masa Pandemi Covid-19. SIDOLUHUR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat. 2021. Vol. 01, No. 01, Desember 2021.