

E-COMMERCE PADA USAHA MIKRO CV JILIS DESA LOWU SATU KECAMATAN RATAHAN

**Marike Kondoj¹, Yoice Putung², Anthoinete Waroh³, Herry Langi⁴, Steven
Runtuwene⁵**

Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Manado, Kota Manado ^{1,2,3}

E-mail: silviamarike@gmail.com

Abstrak

E-commerce, atau perdagangan elektronik, telah menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam dunia bisnis saat ini. Pada tingkat usaha mikro, pemanfaatan e-commerce dapat menjadi kunci keberhasilan dalam meningkatkan visibilitas, daya saing, dan penetrasi pasar. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengimplementasi e-commerce pada usaha mikro CV Jilis di Desa Lowu Satu, Kecamatan Ratahan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan oleh tim Polimdo menggunakan metode wawancara dan fokus grup diskusdi, observasi, dan analisis dokumentasi untuk mengumpulkan data tentang bagaimana CV Jilis mengelola usahanya. Hasil dari pelaksanaan adalah penerapan E-commerce dapat meningkatkan penjualan dimana walaupun hasil belum maksimal tapi CV Jilis telah mampu meningkatkan penjualan produk mereka melalui promosi usaha digital. Ini membuktikan bahwa e-commerce dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan pendapatan usaha mikro.

Kata kunci: *E-commerce, UMKM, Polimdo.*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Jumlah sumber daya manusia (SDM) yang dibarengi dengan jumlah sumber daya alam (SDA) yang melimpah menjadikan negara kita memiliki potensi yang luar biasa untuk mengembangkan ekonomi berbasis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Mitra pada program ini berada di desa Lowu satu kecamatan Tombatu Timur, Kabupaten Minahasa Tenggara yang berjarak 42 km dari

Politeknik Negeri Manado (Polimdo). Sebagian besar masyarakat desa Lowu satu tidak memiliki pekerjaan tetap karena hanya sebagian masyarakatnya yang bekerja sebagai PNS, petani dan buruh tani/petani penggarap, walaupun banyak masyarakatnya masih berada pada usia produktif. Salah satu UMKM yang belum tersentuh oleh skim maupun kebijakan pemerintah adalah CV. JILLS dengan Nomor Induk Berusaha 0220009620391 yang menjadi mitra program diseminasi produk hasil

penelitian. Berdasarkan hasil wawancara tim dengan mitra masalah utama yang dihadapi dari sulit berkembangnya usaha mitra adalah karena kurangnya pemanfaatan teknologi dalam hal promosi produk dan bagaimana membuat laporan keuangan yang memenuhi standar akuntansi. Hal ini terutama didukung dengan latar belakang pendidikan mitra yang tidak memadai. Usaha ini dijalankan secara perorangan. Potensi berkembangnya usaha mitra ini cukup menjanjikan, mengingat SULUT memiliki potensi kekayaan alam yang melimpah. Mitra kegiatan tergolong pada jenis Usaha Mikro dimana usaha yang dimiliki perorangan dan/atau badan usaha perorangan. Penjualan atau omzet dari Usaha Mikro maksimal Rp300 Juta per tahun dengan jumlah aset maksimal Rp50 Juta (tidak termasuk tanah dan bangunan).

2. METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilakukan dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan penggunaan dan manajemen website kepada mitra. Kegiatan pelatihan dihadiri langsung oleh pemerintah setempat sebagai salah satu bagian penting dalam upaya mempromosikan usaha mitra. Selain

pelatihan website, tim juga melakukan pelatihan aplikasi keuangan untuk UMKM yang bisa didapatkan secara gratis.

2. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini akan dilakukan dengan wawancara langsung, fokus grup diskusi dan pelatihan penggunaan dan manajemen website.

2.2 Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program

Mitra yang akan terlibat dalam kegiatan ini pemerintah dan para pelaku UMKM. Mitra mengajak pelaku usaha lainnya yang berdekatan dengan lokasi mitra dan menyediakan waktu serta tempat pelaksanaan kegiatan pelatihan serta berbagai fasilitas pendukung lainnya sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik.

2.3 Evaluasi pelaksanaan program

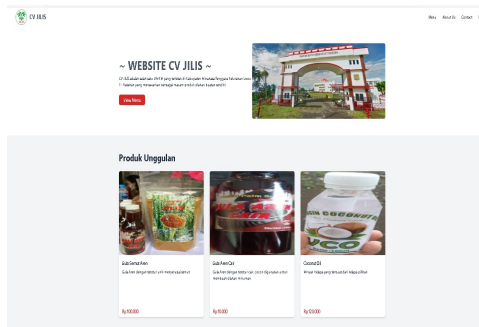
Fokus evaluasi diarahkan pada kemampuan mitra dalam manajemen website untuk promosi usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Lokasi dan waktu pelaksanaan

Pelaksanaan program Pengabdian ini dilakukan pada bulan April – agustus 2023 di CV. JILIS yang berlokasi di kabupaten Minahasa

Tenggara. Dokumentasi kegiatan sosialisasi, fokus grup diskusi dan pelatihan dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

3.2 Pelaksanaan Program

4 PENUTUP

Diseminasi e-commerce pada UMKM (CV. JILIS) bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan e-commerce di kalangan individu, bisnis, atau masyarakat umum termasuk UMKM. Fokus kegiatan terletak pada strategi promosi online, termasuk penggunaan media sosial dan SEO serta dasar-dasar pemeliharaan website. Tim berupaya untuk mendapatkan umpan balik dari peserta/mitra untuk meningkatkan program sejenis yang masih perlu dilaksanakan sebagai bahan evaluasi. Adapun beberapa hasil yang dapat diperoleh dari kegiatan diseminasi e-commerce adalah :

Peningkatan Pemahaman:

Peningkatan pemahaman mitra tentang konsep e-commerce, termasuk cara berbelanja online, keamanan transaksi, dan manfaatnya pada kegiatan bisnis.

Peningkatan Partisipasi:

Meningkatnya jumlah usaha/UMKM yang berdekatan dengan mitra yang menginginkan usahanya dijalankan menggunakan platform e-commerce dalam berbelanja, menjual produk, atau melakukan transaksi online.

Peningkatan Penjualan:

Walaupun belum mendapatkan hasil yang maksimal tapi usaha yang sudah ada atau baru memulai e-commerce dapat mengalami peningkatan penjualan melalui platform online karena dapat meningkatkan potensi pelanggan atau mitra bisnis.

5 KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian dalam implementasi e-commerce pada Usaha Mikro CV Jilis di Desa Lowu Satu, Kecamatan Ratahan, telah menghasilkan sejumlah manfaat yang signifikan. Berikut adalah beberapa kesimpulan utama dari kegiatan ini:

- 1 Penerapan E-commerce dapat meningkatkan penjualan dimana walaupun hasil belum maksimal tapi CV Jilis telah mampu meningkatkan penjualan produk mereka melalui penggunaan website e-commerce. Ini membuktikan bahwa e-commerce dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan pendapatan usaha mikro.
- 2 Memperluas akses pasar dimana CV Jilis telah mampu mencapai pelanggan di luar wilayah geografis mereka.

6. DAFTAR PUSTAKA

- 6.1. Febriantoro, W. (2018). Kajian dan strategi pendukung perkembangan e-commerce bagi UMKM Di Indonesia. *Jurnal Manajerial*, 17(2), 184.
- 6.2. Muchtar, AF., 2013, *Panduan Praktis Strategi Memenangkan Persaingan Usaha dengan Menyusun Business Plan*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- 6.3. Mochamad Syaiful Arif, Yanuar Fauzuddin, Ipteks Bagi Masyarakat (IbM) Kelompok Ibu-Ibu Rumah Tangga Desa Banjarejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri, *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* (e-ISSN: 2477- 0574 ; p-ISSN: 2477-3824) Vol. 02, No. 01, January 2017
- 6.4. Kondo, M.A., Sundah, D., dan Sawidin, S. 2019. Analysis of Consumer Behavior in the Use of Online Shop with the Fuzzy Logic Tahani Method in Manado City Indonesia. *International Journal of Computer Applications*. 183(37):50-52.
- 6.5. *Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Edisi V tahun 2023*, Politeknik Negeri Manado.
- 6.6. Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. Kumawula: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298-309.
- 6.7. Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal*

Manajemen Komunikasi, 5(2),
259..

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Politeknik Negeri Manado sebagai lembaga yang memfasilitasi pelaksanaan program . Mitra kegiatan program CV. JILIS dan pemerintah setempat yang sudah membantu dalam pelaksanaan kegiatan disampaikan terima kasih