



PENGENALAN E-COMMERCE SHOPEE DAN PEMBUKUAN SEDERHANA DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI DESA KAMPUNG BARU KECAMATAN PAMARAYAN KABUPATEN SERANG

**Raden Irna Afriani¹, Novi Handayani², Andika Deva Yani³, Agung Ramadhan⁴, Nur Sri Udayani⁵,
Elsi Afriani⁶, Rizki Badrussalam⁷, Aldi Fatwa Ali⁸, Fadilla Aprilia Ningsi⁹**

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Universitas Bina Bangsa
Email: irna.afriani22@gmail.com

Abstrak

Kerajinan tangan dari bambu merupakan sebuah hasil karya indah yang mampu menjadikan masyarakat di desa Kp Baru Kecamatan Pamarayan Kabupaten Serang menggantungkan hidupnya dari benda ini. Hasil yang didapatkan sebenarnya sudah lumayan mengingat kerajinan tangan di desa ini sudah mendominasi penjualan di wilayah Provinsi Banten. Namun para pengrajin belum memiliki kemampuan untuk mengembangkan penjualannya secara intensif dan juga belum mempunyai menyusun laporan pembukuan keuangan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi. Untuk itu kegiatan ini dilakukan oleh tim pengabdian dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan serta kesejahteraan para pengrajin dan masyarakat desa. Harapannya setelah penyuluhan ini dilakukan produk dari Kp Baru ini dapat dimiliki oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Abstract

Handicraft from bamboo is a beautiful that can make people in the village of Kp Baru, Pamarayan District, Serang Regency, depend on this object for their lives. The results obtained are quite good considering that handicrafts in this village have dominated sales in the Banten Province. However, the craftsmen can not yet develop their sales intensively and also have not been able to prepare financial accounting reports by utilizing the sophistication of information technology. For this reason, this activity is carried out by a service team to increase sales and the welfare of the craftsmen and village communities. It is hoped that after this counseling is carried out, the product from Kp Baru can be owned by all Indonesian people.

LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Keunggulan kompetitif menurut Peteraf dan Barney (2003) menjelaskan keunggulan kompetitif kedalam dua pengertian. Pertama, pelaku usaha yang mempunyai keunggulan bersaing memungkinkan untuk menciptakan nilai ekonomis yang lebih daripada pesaing marjinal (*breakeven*) dalam produk pasar. Kedua, nilai ekonomis diciptakan oleh pelaku usaha dalam menyediakan barang atau jasa merupakan perbedaan antara manfaat yang diperoleh oleh pembeli barang dan biaya ekonomi organisasi, untuk menciptakan nilai tambah dibandingkan pesaing, pelaku usaha harus menghasilkan manfaat bersih yang lebih melalui diferensiasi atau biaya rendah, dengan kata lain, pelaku usaha dengan sumber daya superior dapat memberikan manfaat yang lebih besar untuk konsumen organisasi dengan biaya tertentu (atau dapat memberikan manfaat yang sama untuk pelanggan mereka dengan biaya tertentu).

Pemilihan keunggulan kompetitif didasari oleh hal-hal berupa daya tarik industri untuk keuntungan jangka panjang dan faktor-faktor yang menentukannya. Organisasi di dalam industri yang sangat menarik mungkin belum mendapatkan keuntungan yang diinginkan jika memilih posisi kompetitif yang buruk,

sebaliknya organisasi dalam posisi kompetitif yang sangat baik mungkin berada di industri yang buruk sehingga tidak terlalu menguntungkan dan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan posisinya akan sedikit bermanfaat, baik daya tarik industri dan posisi kompetitif bisa dibentuk oleh pelaku usaha dan inilah yang membuat pilihan kompetitif yang menantang dan menyenangkan.

Kerajinan tangan merupakan hasil produk UMKM yang berada di Desa Kampung baru, Kecamatan Pamarayan, Kabupaten Serang. Kerajinan tangan yang merupakan hasil produksi dari UMKM Desa Kampung Baru ini dijual ke konsumen yang berada di sekitar provinsi Banten baik untuk dijual kembali atau dipakai oleh konsumen itu sendiri. Kerajinan merupakan salah satu produk tradisional yang berasal dari bambu, dimana bambu dikenal memiliki sifat-sifat yang sangat menguntungkan untuk dimanfaatkan karena, batangnya kuat, ulet, lurus, rata, keras, mudah dibelah, mudah dibentuk dan mudah dikerjakan serta ringan sehingga mudah diangkut. Selain itu bambu juga relatif murah dibandingkan dengan bahan bangunan lain seperti kayu (Istanti dan Zuhroh, 2020). Contoh kerajinan tangan ini berupa tampah, nampan, boboko, caping, kipas atau hihid dll.

Hasil produk kerajinan tangan yang di produksi di UMKM ini hanya dijual di sekitar daerah Kabupaten Serang dan wilayah Banten saja. Belum bisa dijual diluar provinsi Banten, hal ini disebabkan karena dalam melakukan pemasaran hanya dilakukan secara tradisional, yaitu dengan cara menawarkan secara langsung dan informasi sampai ke pembeli dari mulut kemulut sehingga terbatas dan tidak dapat menjangkau pada tempat yang jauh karena sedikitnya sumber daya manusia dan terbatasnya waktu sehingga lambat laun produk tempayah ini akan disubstitusi dengan produk lain yang serupa. Dikarenakan kelangkaan produk pula maka konsumen atau pembeli berpindah ke produk lain yang memiliki kegunaan sama atau menyerupai produk tempayah ini sehingga dikemudian hari produk tempayah ini tidak dapat mempertahankan keeksistensinya lagi.

Berdasarkan permasalahan di atas maka UMKM ini untuk berkembang menjadi besar akan mengalami kesulitan. Perlu teknologi yang dapat mempertahankan, meningkatkan dan memperluas jangkauan pemasaran, sehingga berkembang lebih cepat, menaikkan keuntungan usaha dan menyerap sumber daya manusia lebih banyak yang berada disekitar Kabupaten Serang. Salah satu teknologi yang berkembang sangat pesat sekarang yaitu dengan memanfaatkan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan tipe perdagangan yang memanfaatkan internet dalam melakukan transaksi, semua katalog yang disajikan dalam *e-commerce* dapat dilihat semua orang diseluruh dunia dengan melalui internet. Konsumen dapat memilih produk secara *online* kemudian dapat melakukan pembayaran dengan melau transfer bank. Konsumen juga dapat melakukan komunikasi dengan penjual dengan *carachatting*, sehingga hubungan antara penjual dan pembeli dapat di tingkatkan (Adhy, Wirawan dan Endah, 2015).

Manfaat *e-commerce* bagi konsumen adalah: (1) informasi yang dapat lebih cepat diterima; (2) konsumen dapat memperoleh barang dan jasa dengan biaya yang lebih murah karena mereka dapat

berbelanja ataupun melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja, serta dapat melakukan perbandingan barang dan jasa dengan lebih cepat; dan (3) memungkinkan interaksi antar pelanggan dan antar perusahaan-pelanggan dengan lebih cepat. manfaat *e-commerce* bagi UMKM adalah: (1) dapat mengembangkan pemasaran secara nasional dan global, sehingga UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, memilih pemasok terbaik, dan menjalin relasi dengan mitra bisnis yang dinilai paling cocok; (2) memberikan kemampuan untuk menciptakan peluang bisnis yang khusus melalui situs internet; (4) manfaat lain seperti citra yang lebih baik, layanan pelanggan yang lebih baik, mitra bisnis baru, akses terhadap informasi yang lebih luas, dan lain-lain. Sehingga secara tidak langsung *e-commerce* memiliki dampak perdagangan internasional, sehingga berpengaruh pada hasil, impor, ekspor, harga, dan diraihnya keunggulan kompetitif.

Shopee muncul pertama kali tahun 2015 di Singapura yang membawanya sebagai *mobile marketplace* pertama di Asia Tenggara. *Shopee* merupakan situs e commerce komersial yang dimiliki oleh *Sea Limited* yang didirikan oleh Forrest Li tahun 2009 dan berkantor pusat di Singapura. Seiring berjalannya waktu dan ditambah dengan kemajuan zaman yang begitu cepatnya menjadikan *Shopee* membuka store di banyak negara seperti Vietnam, Thailand, Malaysia, hal ini ditujukan guna memenuhi kebutuhan gaya hidup masyarakat internasional khususnya dikawasan Asia Tenggara. Tidak ketinggalan pula, akhirnya pada bulan Desember 2015 *Shopee* masuk ke Indonesia. *Shopee* pertama kali meluncur sebagai *marketplace consumer to consumer (C2C)*. Saat ini *Shopee* telah beralih ke model hibrid C2C dan *business to consumer (B2C)* semenjak meluncurkan *Shopee Mall* yang merupakan *platform* toko daring untuk brand ternama. Pada tahun 2020 *Shopee* Indonesia sudah menambah jaringannya ke sektor makanan siap saji dengan hadirnya *Shopee food* yang siap bersaing dengan *Go Food* dan *Grab Food*.

Pengusaha UMKM di Kp Baru menganggap bahwa akuntansi tidak begitu penting bagi usaha mereka. Sebagian besar pemilik UMKM lebih fokus pada pengembangan usahanya melalui pemasaran, memberikan pelayanan yang baik, tetapi tidak pernah mengetahui secara rinci alur biaya yang keluar dan masuk, dengan UMKM yang menerapkan akuntansi dalam usahanya akan membantu dalam mengevaluasi kinerja usahanya. Evaluasi dapat menjadi pedoman bagi para pemilik UMKM untuk menentukan jalur yang seharusnya diambil oleh para pemilik usaha agar usahanya dapat maju dan berkembang. Metode praktik dalam pengelolaan dana di UMKM pada Kp Baru ialah dengan mempraktikan pembukuan sederhana secara baik dan benar. Pembukuan sederhana adalah proses dokumentasi yang dilakukan secara terstruktur demi menghimpun data dan laporan transaksi keuangan. Dokumentasi keuangan yang dicatat antara lain kekayaan, beban, modal, pendapatan, anggaran, dan akumulasi harga penghasilan dan pelimpahan barang

atau jasa. Dengan demikian, akuntansi menjadikan UMKM dapat memperoleh berbagai informasi keuangan yang penting dalam menjalankan bisnisnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pendidikan masyarakat dimana dalam bentuk penyuluhan yang bertujuan mengenalkan *e-commerce* yaitu Shopee kepada peserta pengabdian yang merupakan para pengrajin tempayah. Hakekatnya penyuluhan merupakan suatu kegiatan non - formal dalam rangka mengubah masyarakat menuju keadaan yang lebih baik seperti yang dicita-citakan (Notoadmodjo, 2012).

Penyuluhan dalam pengabdian ini bertujuan mengenalkan tentang pentingnya *e-commerce* dan pembukuan sederhana dalam meraih keunggulan kompetitif pada produk UMKM kerajinan tangan dari bambu dalam rangka meningkatkan penjualannya. Aplikasi Shopee ditawarkan oleh tim penulis dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan para pengrajin yang ada di Desa ini. Serta dianggap mudah untuk digunakan di semua kalangan

Pengabdian ini dilaksanakan dengan biaya swadaya kelompok Mahasiswa dan Dosen Universitas Bina Bangsa. Anggaran biaya yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah berasal dari biaya mandiri dosen pelaksana, yaitu iuran yang telah ditetapkan besaran jumlahnya untuk setiap mahasiswa dan dosen. Waktu dan Tempat Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada Bulan Juli 2022 di Desa Kp Baru Kecamatan Pamarayan, Kabupaten Serang.

HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN

Desa Kp. Baru merupakan desa yang hampir 50% areanya terdiri dari persawahan dan perkebunan. Karena memang disana terdapat sebuah bendung yang sudah termasyhur karena memang peninggalan Belanda. Dengan demikian didaerah ini sudah barang tentu kaya akan air, sehingga tak heran jika wilayahnya banyak dihiasi hamparan sawah yang menghijau disertai perkebunan yang dihiasi aneka hasil kebun, seperti kebun bambu, kebun pisang, kebun bawang, dan lain-lain. Maka tak salah jika masyarakat menggantungkan hidupnya dengan hasil sawah dan kebun yang ada disana.

Sebut saja kebun bambu. Dari kebun bambu ini, ada masyarakatnya yaitu yang bertempat tinggal di Kp Pasir Padudukan yang tersebar di satu RW yaitu RW 06 dan termasuk kedalam RT 20,21,19,25. Masyarakat di wilayah ini seolah menghususkan dirinya menjadi pengrajin Bambu. Tak ada yang tau pasti kapan awal mula nya terbentuk desa ini yang hampir seluruh penghuninya ini membuat kerajinan dari bambu. Sudah barang tentu karena faktor turun temurun. Namun dimulai dari tahun berapa dan dari siapa generasi pertamanya, pengabdian masih bisa menjawabnya. Namun yang sudah pasti menarik dari desa ini adalah ada satu daerah atau RW nya yang menghususkan diri warganya menjadi pengrajin bambu. Hal ini

pengabdian dijadikan ide utama dalam membuat topik utama penelitian pengabdian masyarakat. Adapun pembahasan secara lengkap mengenai kegiatan pengabdian masyarakat ini, diuraikan sebagai berikut:

1. Wawancara dan observasi lapangan

Kegiatan awal dari pengabdian masyarakat ini adalah melakukan wawancara dan observasi langsung. Tahap wawancara dilakukan diantara tanggal 18 Juli- hingga 25 Juli. 2022. Wawancara diawali dengan melakukan tanya jawab seputar pelaku UMKM yang ada di Desa Kampung Baru ini kepada Pak Kades dan beberapa perangkat desa yang ada disana. Dari Mereka diperoleh informasi bahwa didesa ini minim UMKM. Namun bersyukur memiliki satu wilayah yaitu yang berada di wilayah RW 26 ini, yang mana masyarakatnya memiliki keahlian membuat kerajinan bambu seperti tempayah. Setelah diberikan beberapa pertanyaan dari wawancara yang dilakukan bahwa sekumpulan warga di kampung ini dalam memasarkan hasil produksinya masih di seputar wilayah Banten saja. Seperti wilayah Kabupaten Serang, Kota Serang, Kota Cilegon, Kabupaten Pandeglang dan Kabupaten Lebak. Pemasaran biasanya dilakukan oleh seorang distributor atau tengkulak. Tak jarang juga produsen memasarkan sendiri produknya ke Pasar Pamarayan dan Pasar Blokang di Kecamatan Bandung. Atas dasar ini lah timbul ide di benak pengabdian untuk membuat suatu penyuluhan kepada pengrajin bambu ini beserta distributornya. Adapun penyuluhan yang dilakukan lebih ke penyuluhan pemasaran dan di padukan dalam penyuluhan penyusunan laporan keuangan secara sederhana untuk pelaku UMKM. Penyuluhan keuangan dilakukan karena berdasar wawancara dirasakan para pengrajin masih minim dalam pengelolaan keuangannya. Karena keterbatasan waktu dan tempat dan alasan agar lebih tepat sasaran, maka penyuluhan dilakukan secara *door to door*. Pengabdian melakukan penyuluhan ini dengan mendatangi para pengrajin di tempat usaha atau rumahnya masing-masing. Tak butuh waktu yang panjang dalam melakukan tahap ini karena memang masyarakat disini berada dalam wilayah yang mana masyarakatnya hampir seluruhnya memang berprofesi sebagai buruh pembuat kerajinan bambu. Sebelum melakukan penyuluhan, terlebih dahulu tim penulis melakukan survei lokasi dan melakukan sesi wawancara terkait beberapa pertanyaan, diantaranya: bahan-bahan untuk membuat kerajinan bambu selain batang bambu sebagai bahan baku utama. Selain bahan baku, tim penulis juga melakukan wawancara seputar pemasaran. Terkait teknik pemasaran dan omset nya.



Gambar 1: Wawancara dengan pihak desa

2. Membuatkan akun shopee Untuk para pengrajin

Langkah kedua yang dilakukan setelah survei di tingkat kantor desa dan bertemu pertama kalinya dengan para pengrajin adalah dengan membuatkan akun shopee nya . Hal ini dilakukan pada kisaran tanggal 26-27 Juli 2022. Pelaksanaan penyuluhan dimulai dengan pembuatan akun email terlebih dahulu sebagai dasar pembuatan akun. Setelah itu membuat akun nya.

Proses Pembuatan Toko Online (Shooper)

Langkah pertama yang bisa kamu lakukan adalah menginstal terlebih dahulu aplikasi shooper melalui app store atau play store di smartphone kalian

Lalu, klik icon **Saya** dan klik **Daftar**

Setelah itu memasukkan nomer hp aktif (yang sebelumnya tidak terdaftar pada aplikasi shooper lainnya) untuk mendapatkan kode verifikasi, setelah itu klik **Daftar**

Untuk mendapatkan kode verifikasi bisa cek sms, lalu masukkan kode verifikasi tersebut di kolom yang tersedia. Tap **Lanjut**

Selanjutnya, kalian bisa atur username (nama toko/brand) dan juga password. Konfirmasi password kembali dibawahnya lalu tap **Lanjut** dan untuk pembuatan **Akun toko shooper Selesai**

Proses Selanjutnya yaitu Melengkapi Profil Toko

Kenapa sih kita harus lengkapi profil kita? Karena, supaya calon pembeli bisa melihat informasi beserta deskripsi toko secara jelas. Untuk melengkapi Profil Toko ini pun bisa melalui aplikasi shooper

yang sudah terinstal pada Smartphone kalian. Data yang harus dilengkapi untuk Profil Toko kita antara lain:

- Nama Toko: Lengkapi nama toko sesuai dengan brand yang diinginkan. Gunakan nama yang mudah diingat serta memiliki ciri khas
- Deskripsi Toko: Jabarkan toko dengan kata-kata yang mudah dicerna, mulai dari produk yang akan dijual, jam buka toko, pemilihan pengiriman sampai voucher yang akan kamu berikan kepada calon pembeli
- Gambar Deskripsi Toko: Gunakan gambar yang menjelaskan brand kamu, bisa berupa program promo menarik dan voucher yang diadakan. Untuk menarik para calon pembeli maka dari itu untuk gambar deskripsi toko harus menggunakan kata kata yang menarik pula.

Langkah Melengkapi Profil Toko

Pertama pastinya membuka aplikasi shoope yang sudah terinstal pada smartphone

Pilih icon **Saya** lalu **Toko Saya**

Selanjutnya, pilih **Profil dan Pengaturan Toko (Asisten penjual)**, Kemudian pilih **Profil Toko** lalu lengkapi **Nama Toko, Deskripsi Toko** kalian harus menuliskan deskripsi toko ataupun gambar dengan semenarik dan sedetail mungkin mengenai toko dan produk gambar yang akan dijual untuk menarik calon pembeli

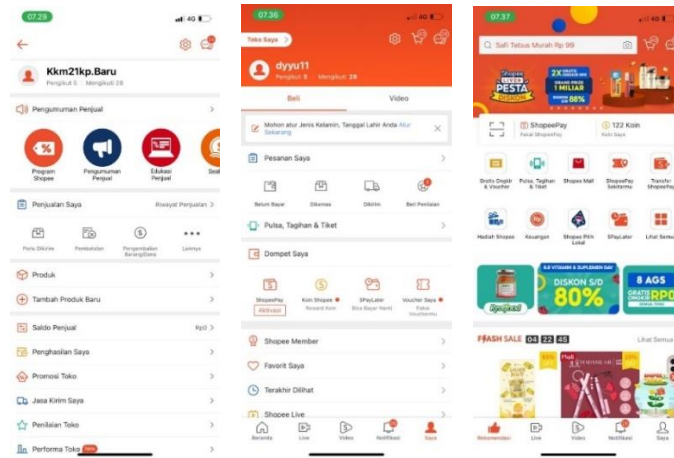
Langkah akhir klik **Selesai** kemudian **Simpan** (ada di pojok kanan atas)

Setelah selesai melengkapi profil toko, Langkah selanjutnya Bagaimana cara mengupload produk kita yang akan dijual pada shoope? Langkah inipun bisa dilakukan melalui aplikasi shoope yang sudah terinstal di smartphone

Pertama, buka aplikasi shoope lalu klik icon **Saya** klik **Toko Saya** kemudian **Tambah Produk Baru** setelah itu bisa langsung menambahkan produk yang akan dijual jangan lupa untuk memberi nama produk beserta deskripsi produk, harga produk, stok produk (dalam pcs), variasi produk (warna, ukuran, dll), berat produk (dalam kg), kondisi produk, jasa kirim yang kalian gunakan (JNE, J&T, dll), sampai dengan rekening bank

Jika semua sudah lengkap klik **Simpan** dan **Tampilkan**

Selesai.



Gambar 2 : Pembuatan akun shopee pada pengrajin kerajinan tangan

1. Sosialisasi pembukuan sederhana

Kegiatan kedua adalah sosialisasi pembukuan sederhana. Dimulai dengan sosialisasi akan pentingnya mencatat transaksi penerimaan kas dan pengeluaran kas dan juga persediaanya. Kebanyakan pelaku disini baru melaksanakan pencatatan persediaan saja walau masih sangat sederhana sekali, namun mereka menyadari bahwasanya pencatatan persediaan tersebut penting dilakukan agar tidak terjadi permasalahan di siklus kehidupan produk mereka yang sudah barang tentu bisa berdampak pada keberlangsungan usaha mereka nantinya. Begitu pun ketika hendak melakukan sosialisasi pembukuan ini para pengrajin terlihat sangat antusias karena mereka menganggap pencatatan keuangan itu perlu demi keberlangsungan usaha mereka agar tetap memberikan profit yang menguntungkan setiap bulannya. Sosialisasi dilakukan dengan memberikan penjelasan mana yang termasuk kedalam transaksi penerimaan dan pengeluaran.



Gambar 3 : Sosialisasi pembukuan sederhana pada pengrajin kerajinan tangan

KESIMPULAN

Dari hasil pengabdian masyarakat di Desa Kp Baru ini dapat disimpulkan bahwa sistem penjualan para pengrajin bambu di sini masih sangat sederhana dan belum terjamah teknologi. Apalagi terkait pencatatan pembukuannya. Para pengrajin hanya memasarkan produknya di sebatas metode tradisional dan terbatas wilayah cakupannya. Sehingga penyuluhan seperti ini penting untuk dilaksanakan dimana diyakini akan membawa manfaat: 1). Meningkatkan penjualan, 2) Meningkatkan laba, 3) Menjaga keberlangsungan usaha, 4) Mengetahui secara mendalam kembali terkait selera pasar yang sedang diminati saat ini.

Kegiatan ini menurut hasil wawancara dengan pihak pengrajin hendaknya lebih diintensifkan lagi, menurut mereka kegiatan ini memberikan manfaat dalam membantu meningkatkan penjualan. Serta kedepannya tim pengabdian dapat pula melakukan penyuluhan terkait kiat penambahan modal bagi mereka. Pengrajin pun berharap agar pihak-pihak terkait mau mengucurkan dana nya guna pengembangan usaha mereka agar menjadi lebih maju lagi. Dengan demikian diharapkan akan lebih memakmurkan kesejahteraan seluruh masyarakat desa Kp. Baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhy, Satriyo, Panji Wisnu Wirawan & Sukmawati Nur Endah. (2015). Implementasi E-Commerce B2C Bahasa Jawa untuk UMKM Jojali Kao Semarang. *Jurnal Masyarakat Informatika*, Vol, 6 No. 12
- Istanti, Enny & Diana Zuhroh. (2020). Mewujudkan Desa Mandiri Untuk Mengembangkan Badan Usaha Milik Negara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 5
- Notoatmodjo, 2012, *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Peteraf, Margaret A. & Barney, J. B. (2003). *Unraveling The Resource Based Tangle*. Management Decision Economic, Vol. 24.