

PEMANFAATAN PLATFORM ONLINE SHOP GUNA MENINGKATKAN KINERJA UMKM KLUBANOSTIC DI KABUPATEN BREBES

**Gunistiyo, Yuni Utami, Sri Murdiati, Amirah,
Agus Prasetyono, Muchamad Sukron**

Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas Pancasakti Tegal
yuniutasmi@upstegal.ac.id

Abstract

Improvement of the performance of Klubanostic SMEs in the Brebes Regency through the use of the online store platform. Many Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) use digital platforms to strengthen their business strategies in response to dynamic competitive pressures. However, information and communication technology implementation (ICT) may require significant investment costs, which may not necessarily lead to performance improvements. Digital platforms are technological frameworks that connect businesses to the platform and allow them to gather, integrate, and calculate data on the platform. A study was carried out to investigate the influence of digital platforms on the performance of the Klubanostic MSME in Brebes Regency. In this study, the company's performance was analyzed before and after the implementation of the online shop platform. The study's findings indicate that the use of online shop platforms has a positive impact on the company's performance, such as improvements in financial performance, market performance, and operational efficiency. Therefore, this study's results state that the use of digital platforms can help MSMEs overcome their limitations and compete more effectively in the market.

Keywords: MSMEs, Platform Online Shop, Digital Marketing.

Abstrak

Pemanfaatan platform onlineshop untuk meningkatkan kinerja UKM Klubanostic di Kabupaten Brebes. Untuk menanggapi tekanan persaingan yang dinamis, banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menggunakan platform digital untuk memperkuat strategi bisnis mereka. Namun, pelaksanaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bisa memerlukan biaya investasi yang besar, namun belum tentu menghasilkan peningkatan kinerja. Platform digital dapat dianggap sebagai kerangka teknis yang menghubungkan organisasi ke platform, sehingga mereka dapat mengumpulkan, mengintegrasikan, dan menghitung informasi pada platform. Sebuah penelitian dilakukan untuk mengeksplorasi dampak dari platform digital pada kinerja UKM Klubanostic di Kabupaten Brebes. Dalam penelitian ini, kinerja perusahaan dianalisis sebelum dan sesudah penerapan platform toko online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan platform toko online memberikan dampak positif pada kinerja perusahaan, seperti peningkatan kinerja keuangan, kinerja pasar, dan efisiensi operasional. Dengan demikian, hasil penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan platform digital dapat membantu UMKM mengatasi keterbatasan dan bersaing dengan lebih efektif di pasar.

Kata kunci: UMKM, Platform Toko Online, Pemasaran Online.

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah wirausaha (UKM) yang dijalankan oleh pengusaha berjuang untuk bersaing di

dunia yang bergerak cepat. (Chan, Teoh, Yeow, & Pan, 2018). Menanggapi tekanan persaingan, banyak UKM wirausaha giat

memanfaatkan strategi bisnis mereka dengan memanfaatkan platform digital. (Li, Liu, dkk. 2016). Platform digital adalah teknologi yang memungkinkan bisnis untuk menyebarluaskan, mengubah, dan menyeragamkan data dalam skala yang belum pernah ada sebelumnya (Yoo, dkk., 2010). Menggunakan TIK, khususnya, dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan mengoptimalkan manajemen tugas dan orientasi pasar melalui informasi pasar tingkat lanjut (Melville, dkk., 2004). Namun, penerapan TIK mungkin memerlukan investasi signifikan yang tidak menghasilkan peningkatan kinerja (Yunis, dkk., 2018). Platform digital dapat dianggap sebagai kerangka kerja teknis yang menghubungkan organisasi ke platform, yang memungkinkan organisasi untuk mengumpulkan, mengintegrasikan, dan menghitung informasi dalam platform (Sedera, Lokuge, Grover, Dan Sarker 2016). Ini memiliki karakteristik modularisasi hierarkis, pertumbuhan diri, dan efek jaringan, yang merupakan cara efektif bagi perusahaan untuk mencapai interaksi informasi yang cepat, mengurangi asimetri dan ketidakpastian informasi, dan mengurangi pencarian sumber daya dan biaya transaksi (Teece, 2018; Caputo, Riso, Romano, dan Maalaoui , 2022). Akibatnya, pemahaman tentang pengaruh platform digital terhadap kinerja perusahaan tetap terbatas, dan banyak organisasi gagal dalam upaya mereka menggunakan platform tersebut. Internet telah merubah seluruh aspek kehidupan bermasyarakat, dengan hadirnya internet orang-orang tidak lagi memiliki batasan jarak dalam melakukan komunikasi. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat internet bukan hanya menjadi

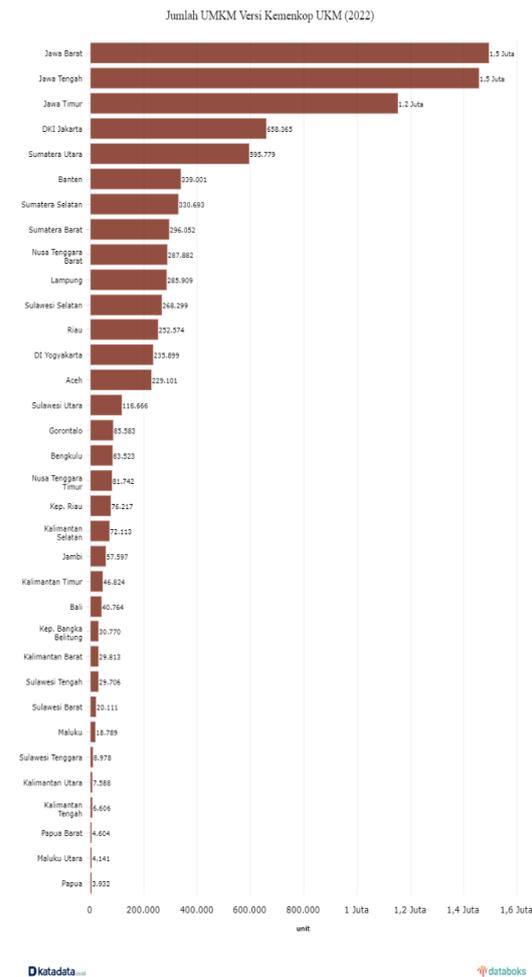
sarana dalam berkomunikasi namun juga sarana dalam melakukan berbagai kegiatan ekonomi. Di Indonesia sendiri menurut temuan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terdapat 215,63 juta pengguna internet di Indonesia selama tahun 2022–2033. Jika dibandingkan dengan periode sebelumnya yang mencapai 210,03 juta pengguna, jumlah ini meningkat sebesar 2,67%. Secara khusus, menggunakan TIK dapat meningkatkan efektivitas operasional dengan mengoptimalkan manajemen tugas, dan fokus pasar dengan memiliki pengetahuan pasar yang lebih baik (Melville, dkk., 2004). Namun, penerapan TIK mungkin memerlukan investasi signifikan yang tidak menghasilkan peningkatan kinerja (Yunis, dkk., 2018). Akibatnya, pemahaman tentang pengaruh platform digital terhadap kinerja perusahaan tetap terbatas, dan banyak organisasi gagal dalam upaya mereka menggunakan platform tersebut.

Usaha kecil dan menengah (UMKM) juga merasakan dampak dari internet. UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif milik perorangan atau badan usaha kecil yang memenuhi persyaratan usaha mikro, memiliki nilai bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) dalam penjualan tahunan, sesuai UU No. 20 Tahun 2008. paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Sedangkan kriteria baru UMKM diatur dalam Pasal 35 sampai dengan 36 PP UMKM, sesuai UU UMKM Cipta. Menurut pasal ini, UMKM diklasifikasikan berdasarkan kebutuhan modal perusahaan atau hasil penjualan tahunan. Kriteria modal

kerja digunakan untuk pembentukan atau pendaftaran usaha UMKM dimulai setelah berlakunya PP UMKM. Kondisi modal adalah sebagai berikut:

- Usaha kecil memiliki modal usaha lebih dari satu miliar, sampai dengan maksimal lima miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat perusahaan berada.
- Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari lima milyar sampai dengan paling banyak sepuluh milyar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha tersebut berada.
- Usaha Mikro memiliki modal usaha maksimal satu miliar. Pengkategorian UMKM dilakukan dengan menggunakan kriteria kinerja penjualan tahunan bagi UMKM yang didirikan sebelum PP UMKM berlaku. Faktor-faktor berikut menentukan hasil penjualan tahunan:
 - Usaha mikro hanya dapat menghasilkan penjualan tahunan hingga \$2 miliar.
 - Usaha Kecil menghasilkan pendapatan tahunan minimal dua miliar rupiah dan paling banyak hingga lima belas miliar.
 - Usaha menengah dengan pendapatan tahunan antara \$15 miliar dan \$50 miliar.

UMKM memiliki kendala dalam menghadapi persaingan digitalisasi di bidang usaha agar mampu bertahan dalam persaingan, mengingat jumlah UMKM yang terus meningkat setiap tahun membuat persaingan semakin ketat (Idah & Pinilih, 2020).

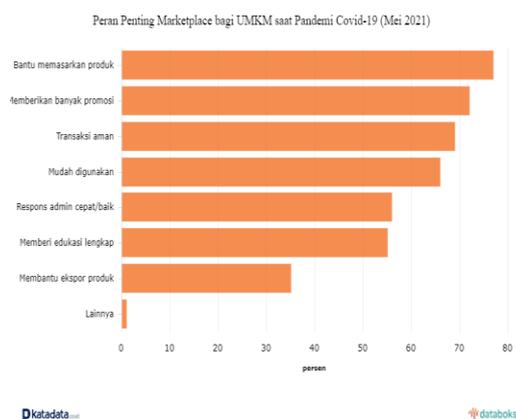


Sumber : Katadata.com

Media digital memiliki kemampuan untuk mendidik dan memberikan kesempatan untuk pembelajaran dan literasi sederhana. Menggunakan media digital memotivasi target untuk memanfaatkannya, untuk terlibat, untuk membangun afinitas, dan untuk belajar. Jika UMKM dapat meningkatkan kehadiran digitalnya, mereka dapat memperoleh beberapa keuntungan (Hanım et al., 2022).

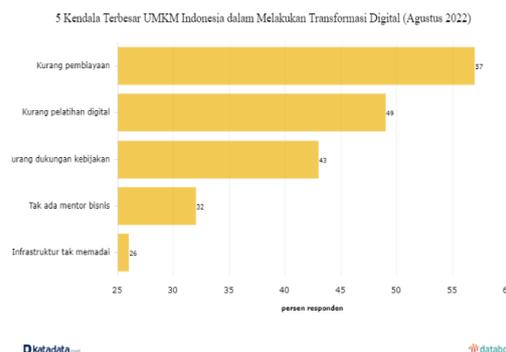
Terakhir, salah satu cara pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online adalah melalui pemanfaatan teknologi. Apalagi saat Indonesia dilanda wabah Covid-19, pemasaran online dipandang sebagai solusi bagi pemilik perusahaan agar

bisnis atau layanannya tetap berjalan (Maulidasari & Damrus, 2020). Dalam memasarkan produk mereka secara online pelaku UMKM bisa menggunakan sebuah platform marketplace atau onlineshop seperti Shopee, Tokopedia, Blibli dan sebagainya.



Sumber : Katadata.com

Namun pada kenyataannya masih banyak UMKM yang merasa kesulitan dalam memasarkan produknya secara online. Pelaku UMKM dihadapkan kembali pada keterbatasan baik modal maupun literasi yang mengakibatkan mereka masih menggunakan pemasaran secara tradisional. Peran pemerintah dan akademisi lah yang harus membantu para pelaku UMKM ini mampu mengembangkan bisnisnya yang pada akhirnya akan bermuara pada peningkatan ekonomi secara nasional. Survei yang dilakukan katadata.com memberikan pandangan apa saja kendala yang dialami para pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka secara online



Sumber : katadata.co.id 2022

Klub UMKM Brebes adalah komunitas UMKM yang diakui secara hukum di Kabupaten Brebes. Pada 11 November 2018, KLUBAN (Keluarga UMKM Banjarnatna) mendirikan perusahaan tersebut. Banjarnatna adalah sebuah dusun di Kecamatan Bulakamba Kabupaten Brebes. Beberapa orang yang ingin masuk dan berjualan secara rutin di Rest Area 260B Banjarnatna memprakarsai terbentuknya komunitas ini. Seiring perkembangan, banyak yang merespon, sehingga hadirnya kelompok masyarakat ini di 11 kecamatan Kab. Brebes yaitu (Bulakamba, Wanasari, Lorayon, Tanggung, Kersana, Banjarharjo, Songgom, Losari Salem, dan Ketunjungan). Komunitas Clubanostik Kabupaten Brebes ditunjukkan di bawah ini.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi ceramah, diskusi, dan pelatihan. Kegiatan ini diikuti oleh 30 peserta yang terdiri dari kelompok UMKM klubanostic yang kebanyakan belum memahami cara memanfaatkan teknologi digital dalam bentuk platform online shop. Diharapkan bahwa setelah mengikuti kegiatan ini, peserta akan mampu memperluas pangsa pasar mereka sehingga meningkatkan pendapatan

mereka.

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam pengabdian, yaitu pembentukan kelompok pengabdian masyarakat, penentuan target/peserta yang sesuai mengatasi tantangan yang dihadapi, pelaksanaan tahap pertama dengan ceramah dan percakapan tentang pemahaman dasar tentang platform online shop, bagaimana cara membuat akun, memasang produk, menetapkan harga dan bagaimana cara menarik saldo penjualan tahap yang kedua berkaitan dengan pengenalan secara praktik tentang cara pembuatan akun shopee, memasang produk, dan menghitung harga jual setelah dikurangi dengan biaya platform. Lalu dilanjutkan dengan tanya jawab dan praktik secara mandiri sebagai bentuk evaluasi kegiatan pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan

Sebanyak 30 peserta pelatihan mengikuti kegiatan yang diadakan di Kab. Brebes pada tanggal 4 Februari 2023 pukul 10.00 s/d 14.00 WIB. Mayoritas peserta adalah organisasi bisnis yang tergabung dalam komunitas UMKM Klubanostik dan memproduksi berbagai barang dan jasa, antara lain makanan, kerajinan tangan, baja ringan, plafon, gypsum, dan jasa lainnya.

Pada pengabdian masyarakat kali ini disambut baik oleh para peserta pelatihan. Mereka sangat antusias dikarenakan materi yang diberikan sangat dibutuhkan oleh mereka yang mengalami permasalahan dalam meningkatkan omset penjualan. Dengan materi yang berfokus pada pemanfaatan platform online shop dinilai mampu meningkatkan kemampuan mereka dalam persaingan usaha yang makin dinamis di era teknologi dan informasi ini

Pemanfaatan Platform Onlines Shop

Untuk mengasah kemampuan dalam bidang pemasaran digital dalam membantu meningkatkan penjualan dilakukan dengan aplikasi Shopee yang bisa dilakukan dengan cara adanya praktek pelatihan menggunakan marketplace Shopee kepada para komunitas Klubanostik, yang meliputi belajar membuat akun pada marketplace Shopee, dan setelah mempunyai dapat melakukan: Input produk, melakukan pemasaran, mengawasi stok barang, input dan menghitung harga produk dengan pajak dll

Sistem pada aplikasi ini memiliki interface yang sederhana sehingga dapat digunakan untuk usaha kecil dan menengah serta bisa memasarkan produk dengan lebih baik untuk meningkatkan kinerja UMKM dalam hal meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan teknologi.

Dibekali pula kepada para peserta pelatihan bagaimana cara menawarkan dan bergabung dengan program promo yang dilakukan oleh platform onlineshop Shopee, ini bertujuan agar sebagai tool baru dapat muncul di atas sehingga bisa dilirik oleh calon pelanggan baru





Gambar 1 Tampilan Aplikasi Platform Onlineshop Shopee



Gambar 2 Pemaparan Materi Pemanfaat Platform Onlineshop



Gambar 3 Foto Bersama Tim dan Peserta Pengabdian Masyarakat

SIMPULAN

1. Prosedur pelatihan membangun barang digital melalui fungsi komunitas UMKM Clubanostik di Kabupaten Brebes selesai dengan benar dan sesuai dengan tujuan dan sasaran yang dituju.
2. Tingkat Pencapaian Clubanostik Komunitas UMKM Kab. Brebes yang dilatih sesuai dengan prediksi temuan evaluasi.
3. Peserta yang didominasi perempuan sangat antusias mengikuti sesi pelatihan dan praktek.

REKOMENDASI

1. Diperlukan pelatihan lanjutan berkaitan dengan riset pasar dan pembuatan konten interaktif untuk lebih menguatkan posisi produk/jasa UMKM.
2. Diperlukan dana atau modal pinjaman bergulir untuk modal usaha

DAFTAR PUSTAKA

Chan, C. M. L., Teoh, S. Y., Yeow, A., & Pan, G. (2018). Agility in

- responding to disruptive digital innovation: Case study of an SME. *Information Systems Journal*. <https://doi.org/10.1111/isj.12215>.
- D. Sedera, S. Lokuge, V. Grover, S. Sarker, S. Sarker, Innovating with enterprise systems and digital platforms: a contingent resource-based theory view, *Inf. Manag.* 53 (3) (2016) 366–379, <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.01.001>.
- D.J. Teece, Profiting from innovation in the digital economy: enabling technologies, standards, and licensing models in the wireless world, *Res. Pol.* 47 (8) (2018) 1367–1387, <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.01.015>.
- F. Caputo, T. Riso, M. Romano, A. Maalaoui, Digital platforms and international performance of Italian SMEs: exploitation-based overview, *Int. Market. Rev.* 39 (3) (2022) 568–585, <https://doi.org/10.1108/IMR-02-2021-0102>
- Hanim, L., Sopyonyono, E., & Maryanto, M. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,”* 9(1).
- Li, W., Liu, K., Belitski, M., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2016). e-Leadership through strategic alignment: An empirical study of small- and medium-sized enterprises in the digital age. *Journal of Information Technology*, 31(2), 185–206. <https://doi.org/10.1057/jit.2016.10>.
- Maulidasari, C. D., & Damrus, D. (2020). DAMPAK PEMASARAN ONLINE DI ERA COVID-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i2.2620>.
- Melville, N., Kraemer, K., & Gurbaxani, V. (2004). Review: Information technology and organizational performance: An integrative model of IT business value. *MIS Quarterly*, 28
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja
- Yoo, Y., Henfridsson, O., & Lyytinen, K. (2010). Research commentary—The new organizing logic of digital innovation: An agenda for Information Systems Research. *Information Systems Research*, 21(4), 724–735. <https://doi.org/10.1287/isre.1100.0322>.
- Yunis, M., Tarhini, A., & Kassar, A. (2018). The role of ICT and innovation in enhancing organizational performance: The catalyzing effect of corporate entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 88, 344–356. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.030>.