

DIGITALISASI KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUB) KEMBANG SETAMAN MELALUI PENGEMBANGAN WEB E-COMMERCE

Nazhifah, Randy Syah Putra, Nanda Tanjung

Universitas Muhammadiyah Riau

nazhifah@umri.ac.id

Abstract

This research describes the results of the KKN student work program carried out by Muhammadiyah Riau University students in Tirta Siak Village, Payung Sekaki District, Pekanbaru City. This work program is focused on digitalizing the Kembang Setaman MSMI (Micro Small and Medium Industry) through the development of an e-commerce platform. This research used a participatory action research approach, which included training sessions, website development, and community engagement activities. The results show a significant increase in the digital literacy of MSMI members and the successful implementation of the e-commerce platform. This digital transformation has expanded MSMI Kembang Setaman's market reach and increased their operational efficiency. This research concludes that digitalization can be an effective strategy to empower local businesses.

Keywords: KKN, Digitalization, E-commerce, MSMI.

Abstrak

Penelitian ini memaparkan hasil program kerja mahasiswa KKN yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau di Kelurahan Tirta Siak, Kecamatan Payung Sekaki, Kota Pekanbaru. Program kerja ini difokuskan pada digitalisasi IMKM (Industri Mikro Kecil Menengah) Kembang Setaman melalui pengembangan platform e-commerce. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian aksi partisipatif, yang melibatkan sesi pelatihan, pengembangan situs web, dan kegiatan pelibatan masyarakat. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi digital anggota IMKM dan keberhasilan implementasi platform e-commerce. Transformasi digital ini telah memperluas jangkauan pasar IMKM Kembang Setaman dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi dapat menjadi strategi yang efektif untuk memberdayakan bisnis lokal.

Keywords: KKN, Digitalisasi, E-commerce, IMKM.

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi yang pesat, pergeseran dari model bisnis tradisional ke pemanfaatan teknologi digital menjadi krusial bagi keberlanjutan bisnis. Hal ini khususnya relevan bagi usaha kecil dan menengah di daerah berkembang, yang kerap tertinggal dalam adopsi digital karena berbagai kendala (Mazzarol, 2015).

Transformasi digital usaha kecil dan menengah (UKM) telah menjadi subjek yang semakin diminati dalam beberapa tahun terakhir. Studi telah menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dapat secara signifikan meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UKM (Cenamor et al., 2019). *E-commerce* telah diidentifikasi sebagai alat penting bagi UKM untuk memperluas jangkauan pasar dan

meningkatkan efisiensi operasional (Rahayu & Day, 2017).

Namun, proses transformasi digital bukannya tanpa tantangan, terutama bagi UKM di wilayah berkembang. Hambatan seperti kurangnya keterampilan digital, keterbatasan akses ke teknologi, dan penolakan terhadap perubahan telah diidentifikasi sebagai hambatan signifikan terhadap adopsi digital di kalangan UKM (Adidarma, 2015).

Kelompok Usaha Bersama (KUB) Kembang Setaman yang berlokasi di RW 3 Kelurahan Tirta Siak, Kecamatan Payung Sekaki, Kota Pekanbaru merupakan salah satu usaha yang menghadapi tantangan dalam transformasi digital. KUB Kembang Setaman, sebuah inisiatif dari ibu-ibu rumah tangga setempat, mengelola berbagai produk kerajinan, termasuk batik, tanjak (penutup kepala tradisional), produk tenun, kain songket, dan makanan tradisional Pekanbaru. Namun, survei terkini menunjukkan penurunan penjualan yang signifikan, yang mungkin terkait dengan kurangnya adopsi teknologi digital dalam strategi pemasaran mereka.

Menanggapi tantangan ini, sebuah proyek pengabdian masyarakat digagas sebagai bagian dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. Proyek ini bertujuan untuk memfasilitasi transisi digital KUB Kembang Setaman dengan mengembangkan platform *e-commerce* untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk mereka.

Studi ini menyajikan implementasi dan hasil dari proyek digitalisasi ini, dengan fokus pada dampaknya terhadap operasi bisnis dan jangkauan pasar KUB Kembang Setaman. Temuan studi ini berkontribusi pada semakin banyaknya

literatur tentang transformasi digital dalam usaha kecil dan memberikan wawasan praktis untuk inisiatif pengembangan masyarakat serupa.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan penelitian tindakan partisipatif dengan pendekatan kualitatif, yang melibatkan masyarakat secara langsung dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program KKN. Pada pendekatan kualitatif, bentuk data berupa kalimat yang didapat melalui teknik pengumpulan data kualitatif. Penelitian kualitatif ialah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan maknanya lebih ditampilkan. Landasan teori digunakan sebagai panduan agar fokus penelitian dapat sesuai dengan fakta di lapangan (Wekke, 2019).



Gambar 1: Antusiasme Perwakilan KUB Kembang Setaman

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Tirta Siak, melibatkan 20 anggota dari KUB Kembang Setaman. Metode utama yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Analisis Situasi: Survei dan wawancara awal dilakukan untuk memahami operasi bisnis KUB Kembang Setaman saat ini dan mengidentifikasi tantangan khusus terkait adopsi digital.

2. Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas: Serangkaian sesi pelatihan diselenggarakan untuk meningkatkan literasi digital anggota KUB, yang mencakup topik-topik seperti keterampilan komputer dasar, penggunaan internet, dan operasi *e-commerce*.
3. Pengembangan Platform *E-commerce*: Situs *web e-commerce* yang mudah digunakan dikembangkan untuk memamerkan dan menjual produk-produk KUB Kembang Setaman secara daring.
4. Keterlibatan Komunitas: Berbagai kegiatan komunitas diselenggarakan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya teknologi digital.
5. Evaluasi: Survei dan wawancara pasca-implementasi dilakukan untuk menilai dampak proyek digitalisasi terhadap operasi bisnis KUB Kembang Setaman dan komunitas yang lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui pemahaman peserta KUB Kembang Setaman, kuesioner yang kami berikan baik *pre-test* maupun *post-test* menggunakan pertanyaan yang sama, yaitu:

1. Seputar konsep dasar digital
2. Pengetahuan tentang *e-commerce*
3. Pemahaman pengoperasian platform *e-commerce*
4. Pemahaman strategi pemasaran digital
5. Kemampuan dalam mengelola toko online

Kelima poin ini juga menjadi aspek nilai dan tolak ukur untuk melihat sejauh mana pemahaman peserta KUB Kembang Setaman dalam menyerap informasi yang diberikan. Berikut adalah hasil evaluasi yang didapat dari sebelum dan sesudah diberikannya pemahaman digitalisasi dan pengembangan *e-commerce*.

Tabel 1. Hasil Evaluasi *Pre-Test* dan *Post-Test*

Aspek Yang Dinilai									
1		2		3		4		5	
Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post
3	8	2	7	3	8	2	7	3	8
4	9	3	8	3	7	4	9	2	7
2	7	1	7	2	8	3	8	1	7
5	8	4	7	2	8	3	8	4	8
3	9	3	8	1	7	2	7	4	8
4	8	3	9	3	9	4	9	2	8
2	7	2	7	2	8	2	8	3	9
5	8	4	8	3	7	2	8	2	7
3	9	2	8	2	8	3	8	2	7
4	9	4	8	4	9	4	9	3	8
2	8	2	7	3	8	2	8	3	8
5	8	3	9	3	8	3	8	4	9
3	8	1	8	2	7	2	8	2	7
4	7	3	7	2	7	1	7	3	8
2	9	1	8	2	7	3	9	2	7
5	7	4	7	4	9	3	9	4	9
2	8	3	7	3	8	2	7	4	9
4	8	2	7	4	7	4	9	2	7
3	8	2	7	2	8	3	8	3	8
5	9	3	8	3	9	3	8	3	8

Berdasarkan tabel diatas, dapat dianalisis dengan beberapa metode, seperti:

1. Statistik Deskriptif
2. Uji Paired Samples T-Test

Variabel	N	Min	Max	Mean
Pengetahuan E-commerce (Pre)	20	2	5	3.50
Pengetahuan E-commerce (Post)	20	7	9	8.15
Pemahaman Konsep Digital (Pre)	20	1	4	2.60
Pemahaman Konsep Digital (Post)	20	7	9	7.65
Kemampuan Platform E-commerce (Pre)	20	1	4	2.65
Kemampuan Platform E-commerce (Post)	20	7	9	7.95
Pemahaman Strategi Pemasaran (Pre)	20	1	4	2.75
Pemahaman Strategi Pemasaran (Post)	20	7	9	8.15
Kemampuan Mengelola Toko Online (Pre)	20	1	4	2.80
Kemampuan Mengelola Toko Online (Post)	20	7	9	7.90

Gambar 2: Hasil Analisis SPSS: Statistik Deskriptif

- Semua variabel yang diukur menunjukkan peningkatan nilai rata-rata (*mean*) yang signifikan antara *pre-test* dan *post-test*.
- Pengetahuan tentang *e-commerce* meningkat dari rata-rata 3.50 menjadi 8.15.
- Pemahaman konsep dasar digital meningkat dari 2.60 menjadi 7.65.
- Kemampuan mengoperasikan platform *e-commerce* meningkat dari 2.65 menjadi 7.95.
- Pemahaman strategi pemasaran digital meningkat dari 2.75 menjadi 8.15.
- Kemampuan mengelola toko online meningkat dari 2.80 menjadi 7.90.

2. Uji Paired Samples T-Test

Pasangan Variabel	t	df	Sig. (2-tailed)
Pengetahuan E-commerce (Pre - Post)	-18.373	19	0.000
Pemahaman Konsep Digital (Pre - Post)	-20.149	19	0.000
Kemampuan Platform E-commerce (Pre - Post)	-21.000	19	0.000
Pemahaman Strategi Pemasaran (Pre - Post)	-24.180	19	0.000
Kemampuan Mengelola Toko Online (Pre - Post)	-22.361	19	0.000

Gambar 3: Hasil Analisis SPSS: Uji Paired Samples T-Test

- Semua pasangan variabel menunjukkan nilai signifikan (*p-value*) sebesar 0.000, yang jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05.
- Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara skor *pre-test* dan *post-test* untuk semua variabel yang diukur.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terjadi peningkatan yang signifikan dalam semua aspek yang diukur setelah dilakukannya intervensi atau pelatihan. Peningkatan terbesar terlihat pada variabel pengetahuan tentang *e-commerce* dan pemahaman strategi pemasaran digital, di mana kedua variabel ini mencapai nilai rata-rata *post-test* tertinggi (8.15).

Kemampuan mengoperasikan platform *e-commerce* juga menunjukkan peningkatan yang substansial, dengan nilai rata-rata meningkat dari 2.65 menjadi 7.95. Ini mengindikasikan bahwa peserta telah memperoleh keterampilan praktis yang penting dalam menjalankan bisnis online.

Pemahaman konsep dasar digital dan kemampuan mengelola toko online juga mengalami peningkatan yang signifikan, meskipun sedikit lebih rendah dibandingkan aspek lainnya. Ini mungkin menunjukkan bahwa kedua aspek ini memerlukan waktu dan praktik lebih lanjut untuk dikuasai sepenuhnya.

Uji Paired Samples T-Test mengkonfirmasi bahwa perbedaan antara skor *pre-test* dan *post-test* untuk semua variabel adalah signifikan secara statistik ($p < 0.05$). Ini memberikan bukti kuat bahwa intervensi atau pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan

keterampilan peserta dalam berbagai aspek *e-commerce* dan pemasaran digital.

Berdasarkan hasil analisis diatas, data menunjukkan bahwa program pelatihan atau intervensi yang dilakukan berhasil meningkatkan secara signifikan pemahaman dan kemampuan peserta dalam menjalankan bisnis online, mulai dari pengetahuan dasar *e-commerce* hingga strategi pemasaran digital dan pengelolaan toko online. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan program pelatihan serupa di masa depan dan menunjukkan potensi untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital untuk bisnis mereka.



Gambar 4: Dokumentasi Foto Bersama dengan KUB Kembang Setaman

SIMPULAN

Program digitalisasi KUB Kembang Setaman melalui pengembangan *e-commerce* yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Riau di Kelurahan Tirta Siak telah berhasil mencapai tujuannya. Program ini berhasil meningkatkan literasi digital dan kemampuan anggota KUB Kembang Setaman dalam menjalankan bisnis online secara signifikan.

Analisis statistik menunjukkan peningkatan yang bermakna dalam semua aspek yang diukur, meliputi pemahaman konsep dasar digital, pengetahuan tentang *e-commerce*, kemampuan mengoperasikan platform

e-commerce, pemahaman strategi pemasaran digital, dan kemampuan mengelola toko online. Peningkatan terbesar terlihat pada pengetahuan tentang *e-commerce* dan pemahaman strategi pemasaran digital, yang menunjukkan efektivitas program dalam meningkatkan aspek-aspek kunci bisnis online.

Pendekatan penelitian tindakan partisipatif yang digunakan dalam program ini terbukti efektif dalam memfasilitasi adopsi teknologi digital di kalangan usaha kecil dan menengah. Transformasi digital ini telah memperluas jangkauan pasar KUB Kembang Setaman dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi dapat menjadi strategi yang efektif untuk memberdayakan bisnis lokal, khususnya dalam konteks IMKM di daerah berkembang.

Meskipun demikian, penelitian ini juga mengindikasikan bahwa beberapa aspek, seperti pemahaman konsep dasar digital dan kemampuan mengelola toko online, mungkin memerlukan waktu dan praktik lebih lanjut untuk dikuasai sepenuhnya. Hal ini menekankan pentingnya dukungan dan pelatihan berkelanjutan untuk memastikan adopsi digital yang berkelanjutan oleh KUB Kembang Setaman dan IMKM serupa di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adidarma. W. (2015). Strategi Produk Untuk Mengatasi Hambatan Ekspor UKM Industri Kerajinan Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13(1), 39-54.
<https://doi.org/10.29259/JMBS.V13I1.3337>

- Cenamor, J., Parida, V., & Wincent, J. (2019). How Entrepreneurial SMEs Compete Through Digital Platforms: The Roles of Digital Platform Capability, Network Capability and Ambidexterity. *Journal of Business Research*, 100, 196-206. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2019.03.035>
- Mazzarol, T. (2015). SMEs Engagement with E-commerce, E-business and E-marketing. *Small Enterprise Research*, 22(1), 79-90. <https://doi.org/10.1080/13215906.2015.1018400>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce Adoption by SMEs In Developing Countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25-41. <https://doi.org/10.1007/S40821-016-0044-6/TABLES/11>
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial* (Vol. 1). Gawe Buku. <https://www.researchgate.net/publication/344211045>