



PELATIHAN DAN SEMINAR E-MARKETING PADA PELAKU UMKM DESA PESAWAHAN, PORONG, KABUPATEN SIDOARJO**Oleh****Erlin Iriani¹, Rita Alvin, Listyana², Nur Sitti Khumairoh³****^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol****E-mail: ¹Erlin.iriiani1962@gmail.com**

Article History:*Received: 04-04-2022**Revised: 25-04-2022**Accepted: 22-05-2022***Keywords:***Manajemen, Marketing.*

Abstract: *Desa Pesawahan secara geografis mempunyai lokasi yang strategis dengan dikelilingi beberapa desa. Secara demografis penduduk desa Pesawahan yang berwiraswata sebanyak 235 orang dan yang berdagang sebanyak 98 orang. Potensi dari pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya belum optimal dikarenakan adanya beberapa permasalahan yang dihadapi. Hasil survey menemukan 3 permasalahan utama yaitu, minimnya pengetahuan tentang manajemen usaha kecil, minimnya pengetahuan tentang marketing dan minimnya pengetahuan tentang teknologi. Berdasar permasalahan tersebut, maka program KKN STIE Gempol mengadakan penyuluhan dan pelatihan serta seminar untuk memberi solusi pada permasalahan tersebut. Pelaku UMKM sangat antusias mengikuti penyuluhan, pelatihan dan seminar. Dan pada penutupan program KKN peserta/pelaku UMKM sudah dapat mengimplementasikan ilmu yang mereka dapat.*

PENDAHULUAN

Desa Pesawahan terletak di Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Desa Pesawahan memiliki luas wilayah 136 Ha. Yang secara administratif pemerintahan terbagi menjadi 3 RW dan 15 RT, dengan jumlah penduduk 2.556 jiwa.

Batas desa sebelah utara berbatasan dengan Desa Randegan, Desa Ketegan, dan Desa Kedensari. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Wunut. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Candipari dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Waung dan Desa Jiken. Kondisi geografis Desa Pesawahan terdiri dari hamparan dataran rendah dan merupakan daerah tanah padat serta daerah pesawahan.

Data penduduk pada tahun 2021 sebanyak 2.556 jiwa yang terdiri dari 1.288 jiwa berjenis kelamin pria dan 1.268 jiwa berjenis kelamin perempuan.

Data penduduk berdasarkan mata pencarian :

Jenis Pekerjaan	Jumlah
Pegawai negeri	17
Pegawai swasta	861
Wiraswasta	235
Petani	137
Pedagang	98
Bidang Jasa	7



Dari jumlah penduduk yang berwiraswasta dan yang berdagang terpilih 15 pelaku UMKM yang akan menjadi fokus perhatian dari institusi kami. Dasar pemilihan adalah kedekatan jarak tempat tinggal pelaku UMKM dengan Balai Desa tempat diadakannya kegiatan penyuluhan dan seminar. Mengingat ini baru pertama kali institusi kami bekerjasama dengan Desa Pesawahan. Sehingga kedekatan jarak menjadi prioritas kami agar kami mudah berkordinasi.

Potensi daerah pesawahan dapat lebih dioptimalkan mengingat jumlah penduduk yang berwiraswasta cukup tinggi. Hal ini bisa menjadi acuan untuk menambah PAD bila pelaku UMKM dapat meningkatkan omsetnya secara signifikan. Itu sebabnya program yang kami tawarkan disambut baik oleh kepala desa. Dan kami akan difasilitasi dengan baik selama program yang akan dijalankan.

Sukirno (hal.21) : Untuk mengatasi masalah ekonomi dan untuk mewujudkan tujuan ekonomi salah satunya dengan menjajaki langkah alternatif lain yang lebih baik untuk mencapai tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Dan salah satu alternatif yang akan kami tawarkan adalah pengenalan *e-commerce* pada pelaku UMKM desa Pesawahan.

Posisi geografis desa Pesawahan yang dikelilingi oleh beberapa desa merupakan lokasi yang sangat strategis untuk mengoptimalkan pendistribusian produk UMKM ke beberapa wilayah desa di sekitarnya. Untuk itu diperlukan pengetahuan marketing yang memadai bagi pelaku UMKM desa Pesawahan.

PERMASALAHAN

Dari hasil survey ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Desa Pesawahan. Antara lain : Minimnya pengetahuan tentang manajemen usaha kecil, Lemahnya pengetahuan tentang marketing, Belum tersentuhnya pelaku UMKM dengan tehnologi digital sehingga mereka tidak memahami *e-commerce*.

Minimnya pengetahuan tentang manajemen usaha kecil yaitu bisa dilihat dengan tidak adanya pembukuan yang teratur dan konsisten tentang aktivitas keuangan, tidak adanya pencatatan laporan keuangan. Tidak adanya pemisahan data keuangan pribadi dan bisnis. Pengertian marketing sebatas dengan menjual barang secara tradisional.

Pelaku UMKM Desa Pesawahan selama ini masih menggunakan cara – cara tradisional, yaitu menjual produknya ke pasar- pasar tradisional atau ke toko-toko pengecer. Pelaku UMKM belum mengenal *e-commerce*. Lambatnya pengenalan tentang tehnologi digital bisa dikarenakan belum adanya paket kebijakan pemerintah desa tentang percepatan pengetahuan tehnologi di masyarakat. Menurut Yustika (hal : 12), agresivitas membuat paket kebijakan tak selini dengan percepatan mengimplementasikannya dalam wujud program yang terstruktur, terkelola, dan terukur.

Sehingga dibutuhkan pemahaman yang komprehensif tentang semua permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Desa Pesawahan.

METODE

Dari permasalahan yang ditemukan maka akan diterapkan beberapa metode yang sesuai dengan poin-poin permasalahan tersebut.

No	Permasalahan	Metode	Materi	Target
01	Minimnya Pengetahuan tentang Menejemen	Penyuluhan dan pelatihan	Manajemen usaha kecil. Pelatihan	Memahami manajemen,



	Usaha Kecil		pembuatan laporan keuangan : neraca sederhana dan laporan rugi/laba	dapat membuat neraca sederhana dan laporan rugi/laba
02	Minimnya Pengetahuan tentang marketing	Seminar	Bauran Marketing	Memahami berbagai strategi marketing
03	Minimnya Pengetahuan tentang tehnologi	Seminar dan pelatihan	Tehnologi di era digital. Pelatihan tentang akses aplikasi tehnologi digital yang berkaitan dengan <i>e-commerce</i>	Memahami <i>market place</i> dan dapat mengakses <i>market place</i>

PEMBAHASAN

Peserta selama ini tidak memisahkan antara dana pribadi dan dana bisnis, dengan penyuluhan tentang manajemen yang tepat maka peserta mulai memahami pentingnya pemisahan dana untuk keperluan pribadi dan dana untuk bisnis. Setiap aktivitas keuangan bisnis tidak ada pencatatan yang konsisten atau tidak ada pembukuan yang rapi dan sistematis, dengan penyuluhan peserta mulai menerapkan semua pencatatan aktivitas keuangan dalam bisnis mereka. Laporan keuangan mulai dibukukan sesuai alur pelaporan yang benar disertai bukti-bukti setiap transaksi keuangan.

Seminar marketing menjelaskan tentang marketing di era digital. Penggunaan media sosial sebagai sarana pengenalan produk. Antara lain melalui Face book, Instagram, Whats up, dan pengenalan beberapa market place seperti Shopee, Lazada, dan Bukalapak.

Seminar tentang peran tehnologi di era digital diikuti dengan antusias, beberapa pelaku UMKM gagap tehnologi dan belum memahami bahwa dengan tehnologi dapat memudahkan pendekatan produsen ke konsumen. Pelatihan diberikan pada beberapa UMKM yang telah mempunyai smartphone. Dan dianjurkan pelaku UMKM yang belum mempunyai smartphone agar membeli smartphone dan bisa belajar dari pelaku UMKM se desa yang telah dapat menggunakan smartphone untuk keperluan bisnis mereka melalui pelatihan ini.

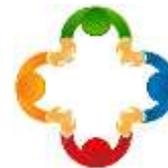
PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan masih diperlukan pendampingan secara berkala bagi pelaku UMKM desa Pesawahan. Pendampingan dalam menerapkan manajemen, pembuatan laporan keuangan dan pengimplementasian penggunaan aplikasi market place serta keajekan mengelola media sosial yang digunakan sebagai akun bisnisnya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih dari kepala desa Pesawahan dan dari pelaku UMKM desa Pesawahan. Kepala desa Pesawahan berharap agar LPPM STIE Gempol Pasuruhan akan



mengadakan program KKN lagi di desa Pesawahan. Dan kepala desa berharap adanya MOU untuk keberlanjutan program KKN berikutnya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] David, Fred R., Manajemen Strategis Konsep, 2010, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- [2] Yustika, Ahmad Erani, Perekonomian Indonesia Memahami Masalah Dan Menetapkan Arah, 2014, Malang : Penerbit Selaras.
- [3] Sukirno, Sardono, Mikro Ekonomi Teori Pengantar, 2016, Jakarta : Rajawali Pers.
- [4] <http://id.scribd.com> 10 & 11.SCM & E-COMMERCE
- [5] <https://majoo.id> Market Place adalah : Mengenal Market Place dan Contohnya