

PEMANFAATAN *E-COMMERCE*, MEDIA SOSIAL, DOMPET DIGITAL PADA UMKM GANDHI'S *LAUNDRYMART* DI DESA BATUBULAN KANGIN

Ni Luh Made Ayu Mirayani Pradnyadari ¹⁾, Ni Wayan Candra Saraswati Dewi²⁾, Daniel Manek ³⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar
Email: mirayani2020@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 melanda Indonesia sejak bulan Maret 2021. Dampak yang ditimbulkan pandemi COVID-19 ini cukup serius melanda seluruh lapisan masyarakat, tidak terkecuali pelaku UMKM. Seluruh kegiatan UMKM mengalami keterbatasan dikarenakan adanya peraturan pemerintah terkait pembatasan jam operasional. Masyarakat pun diminta untuk berdiam diri di rumah apabila tidak memiliki kegiatan yang mendesak serta senantiasa menerapkan *social distancing* atau jaga jarak. Saat ini, UMKM tidak hanya dihadapkan dengan persaingan antar UMKM saja, melainkan bagaimana strategi agar tetap bisa bersaing di masa pandemi. Mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang bagaimana cara berjualan di *E-commerce* yaitu shopee dalam rangka memasarkan produk secara online. Mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang cara mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram dan Tiktok serta bagaimana membuat postingan Instagram dan konten Tiktok yang menarik. Mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang cara bertransaksi dengan dompet digital seperti "DANA".

Kata Kunci: COVID-19, UMKM, *E-commerce*, Media Sosial, DANA

ANALISIS SITUASI

Desa Batubulan Kangin merupakan wilayah desa yang termasuk di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Di Desa Batubulan Kangin dibagi menjadi dua desa pakraman yaitu Desa Pakraman Batuyang dan Desa Pakraman Batuaji. Desa Pakraman Batuaji memiliki satu banjar dinas yaitu Banjar Batuaji. Para penduduk di Desa Batubulan Kangin ini memiliki berbagai profesi pekerjaan mulai dari petani, pedagang hingga pegawai. Di sepanjang wilayah Desa Batubulan

Kangin banyak terdapat UMKM yang ditekuni oleh masyarakatnya.

Dampak yang ditimbulkan pandemi ini cukup serius melanda seluruh lapisan masyarakat, tidak terkecuali pelaku UMKM. Seluruh kegiatan UMKM mengalami keterbatasan dikarenakan adanya peraturan pemerintah terkait pembatasan jam operasional. Masyarakat pun diminta untuk berdiam diri di rumah apabila tidak memiliki kegiatan yang mendesak serta senantiasa menerapkan *social distancing* atau jaga jarak (Suswanto

dan Setiawati, 2020). Selain itu, bagi pelaku UMKM penting untuk memiliki komitmen terhadap usahanya. Komitmen adalah kemampuan seseorang dalam memahami dan terlibat di suatu organisasi, komitmen harus dimiliki oleh pemilik dan karyawan agar tetap bertahan pada usahanya (Pradnyadari, 2021). Meskipun pemerintah telah menerapkan era normal baru, masyarakat yang terlanjur ‘parno’ dengan COVID-19 ini memutuskan untuk tetap mengurangi aktivitas diluar rumah. Hal tersebut mengakibatkan menurunnya pendapatan UMKM karena berkurangnya transaksi jual-beli yang terjadi.

UMKM Gandhi's *Laundrymart* berlokasi di Jl. Pasekan, No.81 Banjar Batuaji, Desa Batubulan Kangin, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. UMKM Gandhi's *Laundrymart* ini berdiri sejak tahun 2015 untuk jam buka mulai pukul 09.00 pagi hingga pukul 18.00 sore. Produk yang dibuat dan dijual diantaranya adalah detergen khusus *laundry*, *softener* khusus *laundry*, parfum *laundry*, sabun cuci piring, sabun cuci tangan, dan perlengkapan *laundry* lainnya. Harga yang ditawarkan dari harga Rp10.000,00 sampai Rp1.000.000,00 tergantung jenis barangnya. Adanya Pembatasan jam operasional toko mengakibatkan menurunnya pendapatan UMKM, salah satunya UMKM Gandhi's *Laundrymart* karena berkurangnya transaksi jual-beli yang terjadi. Terlebih lagi, UMKM ini hanya mengandalkan facebook marketplace dan penjualan secara

offline saja dikarenakan belum memahami cara-cara lain untuk berjualan prduk secara online lebih mendalam dan kurangnya memahami bertransaksi dengan dompet digital agar pembeli merasa nyaman dan aman tanpa adanya kontak fisik di tengah pandemi ini.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilaksanakan secara langsung kepada pemilik UMKM Gandhi's *Laundrymart*, adapun permasalahan-permasalahan mitra yang dihadapi adalah:

1. Pemahaman yang masih kurang tentang tahapan menjual produk secara *online* di *e-commerce* seperti Shopee.
2. Kurangnya pemahaman mengenai pemasaran produk melalui media umum misalnya Instagram & Tiktok.
3. Kurangnya pemahaman tentang cara bertransaksi dengan dompet digital seperti “DANA” agar pembeli merasa nyaman dan aman tanpa adanya kontak fisik di tengah pandemi COVID-19 ini (Janah dan Setyawan, 2022).

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan masalah mitra UMKM Gandhi *Laundrymart*, kami dapat menawarkan solusi sebagai berikut:

1. Mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang bagaimana cara berjualan di *e-commerce* yaitu shopee dalam rangka memasarkan produk

- secara *online*. (Suswanto dan Setiawati, 2020). Jangkauan pembeli tidak hanya didapat dari Indonesia saja melainkan bisa didapatkan dari luar negeri dengan mengikuti program *shopee ekspor* (Sumaryana, 2021). Program kerja ini sangat relevan untuk UMKM Gandhi's *Laundrymart* mengingat UMKM ini hanya menjual produk melalui *facebook marketplace* dan berjualan secara *offline* saja, sehingga dengan berjualan di *e-commerce shopee*, UMKM Gandhi's *Laundrymart* bisa menaikkan penjualannya dan dapat dikenal hingga ke luar negeri.
2. Mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang cara mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram dan Tiktok serta bagaimana membuat postingan Instagram dan konten Tiktok yang menarik. Program kerja ini sangat relevan karena UMKM Gandhi's *Laundrymart* sudah memiliki akun Instagram dan akun Tiktok, akan tetapi belum bisa mengoptimalkan penggunaannya dalam rangka memasarkan produk.
 3. Mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang cara bertransaksi dengan dompet digital seperti "DANA". Program kerja ini sangat relevan untuk UMKM Gandhi's *Laundrymart* mengingat
- UMKM ini belum mengetahui cara bertransaksi dengan dompet digital seperti "DANA". Hal ini akan membuat pembeli merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi tanpa adanya kontak fisik di tengah pandemi COVID-19 ini (Janah dan Setyawan, 2022).
- Sifat Program Kerja
- Berdasarkan program kerja dan solusi diatas, maka sifat program kerja dalam pengabdian masyarakat yang penulis lakukan di UMKM Gandhi's *Laundrymart* adalah sebagai berikut:
1. Mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang bagaimana cara berjualan di *e-commerce* yaitu *shopee* dalam rangka memasarkan produk secara *online*. (Sifat Program: Rintisan)
 2. Mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang cara mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram dan Tiktok serta bagaimana membuat postingan Instagram dan konten Tiktok yang menarik. (Sifat Program: Komplementer)
 3. Mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang cara bertransaksi dengan dompet digital seperti "DANA". (Sifat Program: Rintisan)
- Dengan program kerja yang diberikan pada UMKM Gandhi's *Laundrymart*, maka tujuan program kerja yang ingin dicapai antara lain:

1. Pelaku UMKM Gandhi's *Laundrymart* dapat mengetahui cara berjualan *online* di *e-commerce* shopee untuk meningkatkan penjualan produknya.
2. Pelaku UMKM Gandhi's *Laundrymart* mampu meningkatkan pemasaran produknya melalui media sosial Instagram dan Tiktok dengan membuat konten dan postingan menarik. Karena tidak dapat dipungkiri saat ini media sosial Instagram dan Tiktok cukup berpengaruh besar dalam promosi usaha (Indika dan Jovita, 2017), (Praditasetyo dan Saputri, 2021), (Rofiah dan Rahayu, 2022).
3. Pelaku UMKM Gandhi's *Laundrymart* dapat mengetahui cara bertransaksi dengan dompet digital seperti “DANA” agar membuat pembeli merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi tanpa adanya kontak fisik di tengah pandemi COVID-19 ini (Janah dan Setyawan, 2022).

METODE PELAKSANAAN

Dalam melakukan pengabdian masyarakat ini melalui beberapa tahap pelaksanaan yaitu sebagai berikut :

1. Tahap Perencanaan
Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah mengidentifikasi permasalahan mitra yang terkena dampak pandemi COVID-19 melalui observasi langsung melalui kunjungan ke lokasi

- Laundrymart UMKM Gandhi, dilanjutkan dengan wawancara dengan pemilik UMKM.
2. Tahap Persiapan
Pada fase ini, tergantung dari kegiatan yang dilakukan, bahan/materi akan disiapkan untuk digunakan sebagai solusi pemecahan masalah yang dihadapi mitra. Hal yang dilakukan penulis adalah menyiapkan bahan ajar untuk cara berjualan di *e-commerce* shopee, cara memasarkan barang melalui postingan Instagram dan konten tiktok yang menarik dan cara bertransaksi menggunakan dompet digital “DANA” yang akan diajarkan kepada pelaku UMKM.
 3. Tahap Pelaksanaan
Pelaksanaan program kerja akan dilakukan langsung dengan kunjungan lapangan mingguan ke Laundrymart UMKM Gandhi dengan tetap menaati protokol kesehatan.
 4. Tahap Evaluasi
Dalam tahap ini, penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang kesan dan manfaat yang didapatkan terkait program kerja yang dilaksanakan serta meminta pemilik UMKM Gandhi's *Laundrymart* untuk mengisi *google form* yang berisi pernyataan mengenai kegiatan apakah rencana kerja ini sesuai dengan harapan, atau

masih ada potensi masalah dalam pelaksanaan rencana kerja ini.

Dengan adanya program kerja yang dilaksanakan di UMKM Gandhi's *Laundrymart*, harapan penulis diantaranya adalah pemilik UMKM bersedia untuk diwawancara pada saat dilakukan observasi guna mendiskusikan program kerja disusun dalam rangka mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi pemilik UMKM. Selanjutnya masyarakat sasaran dapat menyimak dengan seksama dan mempraktikkan kembali penjelasan tentang bagaimana cara berjualan di *e-commerce* shopee, cara memasarkan barang melalui postingan Instagram dan konten Tiktok yang menarik dan cara bertransaksi menggunakan dompet digital "DANA"



a.



b.

Gambar 1. (a) Edukasi cara berjualan di *e-commerce* shopee dalam rangka memasarkan produk secara online bersama Bapak I Nyoman Mudayasa selaku pemilik UMKM (b) Platform shopee

Program kerja kedua yaitu mengedukasi pelaku UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang cara mengoptimalkan penggunaan

serta yang terakhir adalah ikut serta dalam melakukan evaluasi program kerja yang telah dilakukan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dapat terlaksana dengan baik. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini agar masyarakat terutama UMKM yang terkena dampak pandemi bisa memanfaatkan *e-commerce* Shopee dan media sosial Instagram dan Tiktok dalam memasarkan produk dengan kemudahan bertransaksi menggunakan dompet digital "DANA".

Program kerja pertama yaitu mengedukasi pelaku UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang bagaimana cara berjualan di *e-commerce* shopee dalam rangka memasarkan produk secara *online*

Instagram dan Tiktok serta bagaimana trik membuat postingan Instagram dan konten Tiktok yang menarik.



Gambar 2. (a) Edukasi cara mengoptimalkan penggunaan Instagram dan Tiktok dan memberikan tips membuat postingan Instagram dan konten Tiktok yang menarik
(b) Akun Instagram Gandhi's Laundrymart

Program kerja ketiga yaitu mendukung pelaku UMKM Gandhi's Laundrymart tentang cara bertransaksi dengan dompet digital seperti "DANA". Hal ini akan membuat

pembeli merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi tanpa adanya kontak fisik di tengah pandemi COVID-19 ini



Gambar 3. (a) Edukasi cara bertransaksi dengan dompet digital seperti "DANA"
(b) Akun DANA Gandhi's Laundrymart

Faktor penunjang keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu pelaku UMKM Gandhi's Laundrymart yang dengan semangat dalam berpartisipasi mendengarkan penjelasan serta bersedia mempraktekkan apa yang telah disampaikan. Selain itu, yang menjadi faktor penghambat adalah mitra sasaran kurang memahami penjelasan

sehingga harus mengulang penjelasan yang telah dipaparkan. Pelaku *UMKM Gandhi's Laundrymart* baru pertama kali menggunakan aplikasi-aplikasi yang diajarkan sehingga membutuhkan waktu lama untuk memahami setiap penjelasan yang dipaparkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa

Batubulan Kangin, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar telah berjalan dengan baik. Program kerja yang terlaksana adalah mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang bagaimana cara berjualan *di e-commerce* yaitu shopee dalam rangka memasarkan produk secara *online* serta mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang cara mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram dan Tiktok serta bagaimana membuat postingan Instagram dan konten Tiktok yang menarik dan mengedukasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang cara bertransaksi dengan dompet digital seperti "DANA". Program kerja dilakukan secara langsung dengan mendatangi lokasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* yang berada di Jl. Pasekan, No.81 Banjar Batuaji, Desa Batubulan Kangin, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Waktu pelaksanaan kegiatan ini berlangsung dari 06 Maret 2022 sampai 10 April 2022 atau selama 36 hari. Biaya total yang dikeluarkan untuk menunjang pelaksanaan program kerja sejumlah Rp. 60.000,00 yang dipergunakan membeli kuota internet. Kegiatan pengabdian masyarakat ini sudah berjalan lancar. Kunci keberhasilan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu UMKM Gandhi's *Laundrymart* telah ikut berpartisipasi dengan serius mendengarkan serta memahami penjelasan dan bersedia mempraktikkan kembali apa yang telah disampaikan. Sementara itu, faktor penghambat keberhasilan adalah mitra

sasaran kurang memahami sehingga harus mengulang penjelasan yang telah dipaparkan. Alasannya karena pelaku UMKM baru pertama kali menggunakan aplikasi-aplikasi yang diajarkan sehingga membutuhkan waktu untuk memahami setiap penjelasan yang dipaparkan.

Kami berharap dengan menjalankan kegiatan pengabdian ini, para pemangku kepentingan UMKM dapat meningkatkan penjualan online mereka selama pandemi COVID-19 ini. Selain itu, para pemangku kepentingan UMKM harus selalu mengingat pentingnya mengikuti protokol kesehatan untuk menghindari bahaya COVID-19 yang melanda dunia

DAFTAR PUSTAKA

- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Janah, L. N., & Setyawan, S. (2022). DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DI INDONESIA. *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 1(7), 709-716.
- Praditasetyo, D., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Indonesia. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Pradnyadari, N. L. M. A. (2021). Hubungan Komitmen Manajer Proyek Terhadap Keberhasilan Proyek Konstruksi Gedung di Wilayah Perkotaan Sarbagita.

- Jurnal Ilmiah Telsinas Elektro,
Sipil dan Teknik Informasi,
4(1), 1-5.
- Rofiah, C., & Rahayu, R. S.
(2022). *Analisis Manual Data
Kualitatif Dampak FYP Tiktok
pada Pemasaran Digita*. CV
Literasi Nusantara Abadi.
- Sumaryana, F. D. (2021). Strategi
Meningkatkan Pertumbuhan
Ekonomi Indonesia Melalui
Ekspor UMKM di Masa
Pandemi Covid-19. Strategi
Meningkatkan Pertumbuhan
Ekonomi Indonesia Melalui
Ekspor Umkm di Masa
Pandemi Covid-19.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D.
(2020). Strategi Komunikasi
Pemasaran Shopee Dalam
Membangun Positioning Di
Tengah Pandemi Covid-19 Di
Indonesia. *LINIMASA: Jurnal
Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16-29.
- Unmas, (2022). Panduan Pengabdian
Masyarakat Peduli Bencana
Covid-19. Denpasar.