

**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 Dewi
²⁾, Daniel Manek ³⁾**

^{1,2,3}Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: mirayani2020@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 telah melanda Indonesia sejak bulan Maret tahun lalu. 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 agar tetap bisa bertahan di tengah pandemi COVID-19. 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 pekraman yaitu Desa Pakraman Batuyang dan Desa Pakraman Batuaji. Desa Pakraman Batuyang dibagi lagi menjadi delapan banjar dinas yaitu Banjar Puseh, Banjar Tangkeban, Banjar Kenanga, Banjar Tampad, Banjar Budaireng, Banjar Dlod Rurung, Banjar Dajan Rurung dan Banjar Mula. Sedangkan 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.

Pandemi COVID-19 telah melanda Indonesia sejak bulan Maret tahun lalu. 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 (Suswanto dan Setiawati, 2020). Saat ini, UMKM tidak hanya dihadapkan dengan persaingan antar UMKM saja, melainkan bagaimana agar tetap bisa bertahan di tengah pandemi COVID-19. Selain itu, bagi pelaku UMKM penting untuk memiliki komitmen terhadap usahanya. Komitmen adalah kekuatan seseorang untuk mengenali dan terlibat dalam 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 mulai dari Rp10.000 hingga Rp1.000.000 tergantung jenis barangnya. Dengan 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 produk secara online lebih mendalam dan kurangnya memahami bertransaksi dengan dompet digital agar pembeli merasa nyaman dan aman tanpa adanya kontak fisik di tengah pandemi COVID-19 ini.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan secara langsung dengan pemilik UMKM Gandhi's *Laundrymart*, adapun permasalahan-permasalahan mitra yang dihadapi saat ini adalah:

1. Kurangnya pemahaman tentang cara menjual produk secara *online* di *e-commerce* seperti Shopee.
2. Kurangnya pemahaman tentang pemasaran produk melalui media sosial seperti Instagram dan 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 permasalahan mitra yang ada di UMKM Gandhi's *Laundrymart*, maka solusi yang dapat diberikan antara lain:

1. Mendukung 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. Mendukung 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. Mendukung 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 di atas, maka sifat program kerja dalam pengabdian masyarakat yang penulis lakukan di UMKM Gandhi's *Laundrymart* adalah sebagai berikut:

1. Mendukung UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang bagaimana cara berjualan di *e-commerce* yaitu shopee dalam rangka memasarkan produk secara *online*. (Sifat Program: Rintisan)
2. Mendukung 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. Mendukung 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 target yang ingin dicapai dari program kerja tersebut diantaranya:

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

Tahapan yang akan dilalui dalam pelaksanaan program kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Tahap Perencanaan

Dalam tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah observasi secara langsung dengan mendatangi lokasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* kemudian melakukan wawancara dengan pemilik UMKM untuk mendapatkan permasalahan mitra yang terdampak akibat pandemi COVID-19 ini.

2. Tahap Persiapan

Dalam tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah menyiapkan bahan/materi yang akan digunakan sebagai solusi dalam memecahkan masalah yang dialami 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 dilakukan secara langsung dengan mendatangi lokasi UMKM Gandhi's *Laundrymart* setiap minggu dengan tetap menerapkan 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 program kerja ini apakah sudah sesuai dengan yang diharapkan atau mungkin masih ada kekurangan dalam pelaksanaan program kerja ini.

Dengan adanya program kerja yang dilaksanakan di UMKM Gandhi's *Laundrymart*, harapan penulis diantaranya adalah masyarakat sasaran bersedia untuk diwawancara pada saat observasi untuk mendiskusikan program kerja yang akan disusun dalam rangka menyelesaikan permasalahan mitra. 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” serta yang terakhir adalah ikut serta dalam melakukan evaluasi program kerja yang telah dilakukan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang dilakukan sudah terlaksana dengan lancar. Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat peduli bencana COVID-19 ini agar masyarakat terutama UMKM yang terdampak pandemi dapat melakukan pemanfaatan menggunakan *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*.



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

Program kerja kedua yaitu mengedukasi pelaku UMKM Gandhi's *Laundrymart* tentang cara mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram dan Tiktok serta bagaimana membuat postingan Instagram dan konten Tiktok yang menarik.



Gambar 2. Edukasi cara mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram dan Tiktok serta bagaimana membuat postingan Instagram dan konten Tiktok yang menarik bersama Bapak I Nyoman Mudayasa selaku pemilik UMKM

Program kerja ketiga yaitu mengedukasi 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. Edukasi cara bertransaksi dengan dompet digital seperti “DANA” bersama Bapak I Nyoman Mudayasa selaku pemilik UMKM. Hal ini akan membuat pembeli merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi tanpa adanya kontak fisik di tengah pandemi COVID-19 ini

Adapun faktor pendukung keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelaku UMKM Gandhi's *Laundrymart* telah ikut berpartisipasi yaitu dengan serius menyimak penjelasan dan bersedia mempraktikkan kembali apa yang telah disampaikan. Sementara itu, faktor penghambat keberhasilan yaitu mitra sasaran kurang tanggap 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 secara umum terlaksana dengan baik dan lancar. Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan ini adalah dalam kegiatan ini program kerja yang dilakukan diantaranya 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 sebesar Rp. 60.000 yang digunakan untuk membeli kuota internet. Kegiatan pengabdian masyarakat ini sudah berjalan lancar. Adapun faktor pendukung keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelaku UMKM Gandhi's *Laundrymart* telah ikut berpartisipasi yaitu dengan serius menyimak penjelasan dan bersedia mempraktikkan kembali apa yang telah disampaikan. Sementara itu, faktor penghambat keberhasilan yaitu mitra sasaran kurang tanggap sehingga harus mengulang penjelasan yang telah dipaparkan.

Pelaku UMKM baru pertama kali menggunakan aplikasi-aplikasi yang diajarkan sehingga membutuhkan waktu untuk memahami setiap penjelasan yang dipaparkan. Dengan diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan penjualan secara *online* di tengah pandemi COVID-19 ini. Selain itu, pelaku UMKM harus selalu ingat betapa pentingnya menaati protokol kesehatan agar terhindar dari bahaya COVID-19 yang tengah 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.