



SOSIALISASI PEMANFAATAN *E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM TAPIS RAKATA DI DESA TARAHAN

SOCIALIZATION OF E-COMMERCE UTILIZATION TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF TAPIS RAKATA UMKM IN TARAHAN VILLAGE

Keisha Justina Siagian¹, Anggun Cahyanti Simanjuntak², Faiza Attallah Herlian³, Erlangga Rahardian Yadnya⁴, Andriansyah Surya Hantoro⁵, Aina Wijdan Chairunisa⁶, Muhammad Arif Rizki Pohan⁷, Rahmi Mulyasari^{8*}

^{1,2,4}Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung,

³Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Lampung, Bandar Lampung,

⁵Jurusan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Lampung, Bandar Lampung,

⁶Program Studi Pendidikan Dokter, Fakultas Kedokteran, Universitas Lampung, Bandar Lampung,

⁷Jurusan Ilmu Komputer, FMIPA, Universitas Lampung, Bandar Lampung,

⁸Jurusan Teknik Geologi, Fakultas Teknik, Universitas Lampung, Bandar Lampung

Penulis Korespondensi: rahmi.mulyasari@eng.unila.ac.id

Article History:

Received: May 10th, 2025

Revised: June 10th, 2025

Published: June 15th, 2025

Abstract: *The Tridharma of Higher Education comprises three core responsibilities: education, research, and community service. Community Service Program (KKN) represents the application of the community service aspect. In Tarahan Village, Katibung District, South Lampung Regency, KKN activities aimed to empower the local community through targeted programs. A key initiative was the socialization of “Utilization of E-Commerce to Increase the Competitiveness of Tapis Rakata MSMEs in Tarahan Village.” Although Tapis Rakata MSMEs have strong potential rooted in local wisdom, they continue to face marketing and technological challenges. The program focused on introducing digital marketing strategies and the use of e-commerce platforms to the MSME actors. As a result, participants showed improved understanding of digital tools, which is expected to support market expansion and operational efficiency. This KKN activity not only benefits the local economy but also provides students with practical opportunities to apply academic knowledge in real-world settings, contributing to educational outcomes.*

Keywords: *Digitalization of MSMEs, Real Work Lectures, Digital Marketing, Economic Empowerment*

Abstrak

Tridharma Perguruan Tinggi mencakup tiga kewajiban utama: pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada Masyarakat. Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi yang berfokus pada pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan KKN di Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan, dilaksanakan untuk memberdayakan masyarakat melalui berbagai program. Salah satu program utama dalam KKN di Desa Tarahan adalah sosialisasi “Pemanfaatan *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Daya Saing

UMKM Tapis Rakata Di Desa Tarahan.” UMKM ini memiliki potensi besar dalam pengembangan produk berbasis kearifan lokal, namun masih menghadapi kendala dalam pemasaran dan adaptasi teknologi. Melalui sosialisasi ini, memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM Tapis Rakata mengenai strategi pemasaran digital dan penggunaan platform e-commerce. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM Tapis Rakata terhadap digitalisasi meningkat, yang diharapkan dapat membantu mereka dalam memperluas pasar serta meningkatkan efisiensi usaha. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat serta menjadi pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di perguruan tinggi.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM, Kuliah Kerja Nyata, Pemasaran Digital, Pemberdayaan Ekonomi

PENDAHULUAN

Berisi UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih banyak yang belum memanfaatkan digitalisasi secara optimal. Pemanfaatan digitalisasi dalam hal pemasaran dan transaksi adalah sebuah kesempatan untuk sebuah UMKM bisa berkembang semakin besar (Ismandianto et al., 2023). Selain menjadi solusi bagi masyarakat kelas menengah untuk memperoleh penghasilan yang lebih stabil, UMKM juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan yang dapat mengurangi tingkat pengangguran (Audina et al., 2024).

Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai lebih dari 221 juta jiwa. Tingkat penetrasi internet di Indonesia juga kini mencapai 78,19% dari total populasi yang berjumlah 275,77 juta jiwa (Yulianti et al., 2024). Hal tersebut mencerminkan potensi besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui e-commerce. Platform digital seperti Shopee memungkinkan UMKM menjangkau pelanggan secara lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional, sekaligus meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan pesanan, pembayaran, dan pengiriman.

Namun, salah satu tantangan yang dihadapi sebagian besar UMKM adalah kurangnya keterampilan dan pengetahuan yang cukup dalam memanfaatkan teknologi digital ini. UMKM Tapis Rakata merupakan salah satu UMKM yang menghadapi tantangan tersebut. Tapis Rakata sendiri merupakan sebuah UMKM yang berada di Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan. Tapis Rakata menghasilkan produk khas Lampung dengan berbagai macam motif Tapis dan jenis barang yang bervariasi. UMKM Tapis Rakata memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah Desa Tarahan apabila dikembangkan secara optimal.

METODE

Dalam sosialisasi Pemanfaatan *E-Commerce* untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Tapis Rakata di Desa Tarahan, digunakan berbagai alat dan bahan untuk mendukung kelancaran kegiatan. Alat-alat yang digunakan meliputi laptop, LCD proyektor, kursi, meja, dan microphone.

Metode yang diterapkan dalam sosialisasi ini terdiri dari tiga tahap utama yang saling terkait.

Tahap pertama adalah Pemaparan Materi Pentingnya *E-Commerce*, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada peserta mengenai peran vital e-commerce dalam perkembangan UMKM di era digital. Penjelasan ini mencakup bagaimana e-commerce dapat memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional usaha mikro, kecil, dan menengah, serta mendukung daya saing produk lokal, seperti Tapis Rakata.

Tahap kedua adalah Pelatihan Penggunaan Shopee, yang memberikan pengetahuan praktis mengenai langkah-langkah pembuatan akun penjual di platform Shopee, pengelolaan produk secara efektif, serta penerapan strategi pemasaran digital. Pelatihan ini diharapkan dapat mempermudah para pengrajin dalam memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas.

Tahap ketiga adalah Pembuatan Konten Promosi, di mana peserta diajak untuk membuat video promosi menggunakan aplikasi TikTok. Video ini berfungsi sebagai media promosi untuk memperkenalkan produk UMKM Tapis Rakata kepada audiens yang lebih luas melalui platform media sosial yang sedang populer. Pembuatan konten ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam menggunakan media digital secara kreatif untuk memasarkan produk mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program sosialisasi pemanfaatan *e-commerce* yang dibalut dengan tajuk “Digitalisasi UMKM Tapis Rakata: Membuka Pintu Pasar Tanpa Batas” berlangsung dengan sukses dan dihadiri oleh 15 ibu-ibu penggiat Tapis Rakata yang juga merupakan anggota TP-PKK Desa Tarahan. Melalui sosialisasi ini, pelaku UMKM Tapis Rakata mulai memahami pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan daya saing bisnis mereka.



Gambar 1. Foto bersama ibu-ibu pengelola UMKM Tapis Rakata

Peserta diperkenalkan dengan konsep e-commerce dan manfaat perdagangan elektronik dalam meningkatkan efisiensi operasional. Dengan pemanfaatan platform e-commerce, UMKM dapat menjangkau pelanggan secara lebih luas tanpa terbatas pada lokasi fisik. Selain itu, Shopee sebagai platform e-commerce terbesar di Indonesia menjadi fokus utama dalam pelatihan, mengingat kontribusinya yang signifikan terhadap peningkatan omzet UMKM.

Dalam praktik penggunaan Shopee sebagai platform berjualan, peserta diajarkan langkah-langkah mulai dari pembuatan akun di Shopee Seller Centre, pengisian informasi toko dan produk, hingga pengunggahan foto dan deskripsi produk yang menarik. Mereka juga diperkenalkan dengan fitur promosi seperti "Naikkan Produk", penggunaan voucher toko, serta iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas.



Gambar 2. Penjelasan terkait cara mengunggah produk sebagai penjual di Shopee

Selain itu, pelatihan juga mencakup strategi penetapan harga yang kompetitif, pengelolaan stok, serta pemrosesan pesanan hingga pengiriman melalui jasa ekspedisi yang tersedia. Peserta juga dibimbing dalam mengelola pendapatan melalui menu "Penghasilan Saya" di Shopee serta cara menarik dana ke rekening bank mereka. Program ini juga menyoroti berbagai strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM agar dapat bersaing lebih efektif di pasar online.



Gambar 3. Menjelaskan cara menyelesaikan pesanan sebagai penjual di Shopee

Berdasarkan paparan yang disampaikan dalam kegiatan ini, pemanfaatan e-commerce menawarkan berbagai manfaat bagi UMKM. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai e-commerce, para pelaku UMKM kini dapat mengadopsi digitalisasi sebagai strategi utama dalam menghadapi tantangan bisnis di era modern, memastikan keberlanjutan usaha mereka dalam pasar yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Program sosialisasi ini tidak hanya meningkatkan kesadaran akan pentingnya e-commerce, tetapi juga memberikan keterampilan praktis yang relevan bagi pengrajin Tapis Rakata untuk memanfaatkan platform digital secara efektif. Pelatihan pembuatan konten promosi membuka wawasan peserta tentang strategi pemasaran modern yang dapat memperluas jangkauan pasar secara digital. Namun, masih diperlukan pendampingan lebih lanjut dalam mempelajari sistem pre-order karena kekhawatiran peserta akan adanya pesanan yang banyak dan permintaan motif yang sulit.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena hanya dengan rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan kegiatan KKN ini. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada:

1. Pihak Universitas yang telah memberikan kami kesempatan untuk melaksanakan KKN 2025.
2. Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan sumbangan pemikiran selama proses KKN berlangsung.
3. Pihak Aparat Setempat (Kepala Desa, Kepala LPM, Kepala BPD, Kepala Dusun, warga setempat) yang telah memberikan izin dalam kegiatan ini dan telah membersamai kami selama kegiatan KKN ini berlangsung.

DAFTAR REFERENSI

- Audina, M., Yunus, R., A Parinding, K., & Anwar Nasruddin, M. (2024). The Role of Micro, Small, and Medium Enterprises in Improving Community Welfare. *Golden Ratio of Data in Summary*, 4(1), 81–89. <https://doi.org/10.52970/grdis.v4i1.516>
- Ismandianto, Tugiran, Yuati Putri, E., Kurnia Ananda, R., Kusumo Dewi, A., Hidayah, W., Lestari Lubis, S., Dawanni, A., Ayu Febriani, S., Egis Pratiwi, V., Arianda Putra, H., Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, F., Ekonomi dan Bisnis, F., & Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, F. (2023). Potensi Pemanfaatan Digitalisasi Sebagai Strategi Pengembangan UMKM Keripik Pisang Sale di Desa Sumber Datar. *Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia*, 113(6), 113–118. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8392720>

Yulianti, G., Chaidir, M., & Pramono, A. S. (2024). PERAN TEKNOLOGI KEUANGAN (FINTECH) DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DAN INKLUSI KEUANGAN DI INDONESIA: TANTANGAN DAN PELUANG. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 4(4), 349–355.

Muhid, A., Sumarkan, Rakhmawati, Fahmi, L. "Perubahan Perilaku Open Defecation Free (ODF) melalui Program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) di Desa Babad Kecamatan Kedungadem Kabupaten Bojonegoro". *Engagement : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2, no. 1 (Maret 2018), 99–119.