

OPTIMALISASI PRODUK UMKM MELALUI APLIKASI B'PUNG LAPAK BERBASIS DIGITAL SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DI KABUPATEN SIKKA –NTT

Agustinus Lambertus Suban¹, Harry Janto Jepira², Yohanes Brekmans M Darkel³,

Maria Anace Getrudis Temalunu⁴, Theodosia Wula⁵

¹Teknik Informatika, Universitas Nusa Nipa, Maumere

²Teknik Sipi, Universitas Nusa Nipa, Maumere

³Desain Komunikasi Visual, Universitas Nusa Nipa, Maumere

^{4,5}Teknik Informatika, Universitas Nusa Nipa, Maumere

e-mail: agustinus2304@gmail.com

Abstrak

Universitas Nusa Nipa bekerja sama dengan Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Kabupaten Sikka dalam pengembangan kerajinan tangan dan cendramata sejak tahun 2015. Asosiasi Pelaku UMKM Kabupaten Sikka (AKUSIKKA) dibentuk di bawah pengawasan KADIN Kabupaten Sikka sebagai lembaga yang bergerak dalam seni kerajinan tangan dan cendramata. Mereka memproduksi berbagai souvenir seperti topi, dompet, sarung, selendang, asesoris tenun, camilan, dan produk khas Flores. Produksi dilakukan oleh beberapa pengrajin skala kecil yang tergabung dalam lembaga ini. Galeri AKUSIKKA di Kecamatan Alok, Kota Maumere, merupakan pusat penjualan berbagai kerajinan tangan, seperti tenun ikat, selendang, gelang, dompet, tas, topi, dan kain tenun sarung. Namun, AKUSIKKA menghadapi keterbatasan dalam akses informasi dan pemasaran. Oleh karena itu, perlu dikembangkan strategi e-Commerce untuk pemasaran produk UMKM mereka. Solusi yang diusulkan adalah aplikasi B'Pung Lapak, yang memungkinkan transaksi antara penjual dan pembeli, distribusi barang, dan komunikasi antar anggota komunitas. Aplikasi ini juga akan menyediakan informasi produk, layanan pembayaran, dan bantuan konsumen. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM AKUSIKKA dalam seni kerajinan tangan dan cendramata.

Kata kunci: UMKM, E-Commerce, Produk, Aplikasi

Abstract

Nusa Nipa University has been collaborating with the Sikka Regency Chamber of Commerce and Industry (KADIN) in developing handicrafts and souvenirs since 2015. The Sikka Regency MSMEs Association (AKUSIKKA) was formed under the supervision of the Sikka Regency Chamber of Commerce and Industry as an institution engaged in handicrafts and souvenirs. They produce various souvenirs such as hats, wallets, sarongs, scarves, woven accessories, snacks, and typical Flores products. Production is carried out by several small-scale craftsmen who are members of this institution. The AKUSIKKA Gallery in Alok District, Maumere City, is a sales center for various handicrafts, such as ikat weaving, scarves, bracelets, wallets, bags, hats, and sarong woven fabrics. However, AKUSIKKA faces limitations in access to information and marketing. Therefore, it is necessary to develop an e-Commerce strategy for marketing their MSME products. The proposed solution is the B'Pung Lapak application, which allows transactions between sellers and buyers, distribution of goods, and communication between community members. This application will also provide product information, payment services, and consumer assistance. The aim is to increase the marketing of AKUSIKKA UMKM products in handicrafts and souvenirs.

Keywords: UMKM, E-Commerce, Products, Applications

PENDAHULUAN

Universitas Nusa Nipa bekerja sama dengan Kamar Dagang Industri (KADIN) Kabupaten Sikka dalam bidang kerajinan tangan dan cendramata di Kabupaten Sikka sejak tahun 2015. Salah satu lembaga UMKM yang diawasi langsung oleh KADIN Kabupaten Sikka adalah Asosiasi Pelaku UMKM dan Ekraf Kabupaten Sikka (AKUSIKKA) yang bergerak pada bidang seni kerajinan tangan dan cendramata. Beberapa produk yang dihasilkan adalah *souvenir* topi, dompet, sarung, selendang, asesoris tenun lainnya, ole-ole khas Flores, camilan. AKUSIKKA adalah lembaga UMKM yang juga menghimpun beberapa pengrajin-pengrajin skala kecil lainnya. Galeri AKUSIKKA terletak Kecamatan

Alok - Kabupaten Sikka yang juga merupakan pusat Kota Maumere. Varian kerajinan tangan seperti tenun ikat, selendang, dan aneka kerajian seperti gelang biasa, gelang gading, dompet, tas, topi, hingga bungkus kamera. Untuk pasokan kain tenun sarung, bekerja sama dengan para perajin yang tergabung dalam Watubo yang merupakan salah satu sanggar seni dan kreatif di Maumere - Kabupaten Sikka, yang salah satu kegiatannya membuat tenun ikat khas lokal. Harga kain tenun asal Maumere ini harganya berkisar antara Rp 450.000 hingga Rp 2,5 juta per lembar.(Monde, n.d.)

Namun dalam perkembangannya, AKUSIKKA memiliki keterbatasan dalam berbagai hal, di antaranya keterbatasan mengakses informasi pasar, keterbatasan jangkauan pasar, keterbatasan jejaring kerja, dan keterbatasan mengakses lokasi usaha yang strategis.(Apprilisda Ranica Putri et al., 2023) Untuk itu diperlukan upaya untuk meningkatkan akses UMKM pada informasi pasar, lokasi usaha dan jejaring usaha agar produktivitas dan daya saingnya meningkat. Bagaimana caranya agar barang-barang yang dibutuhkan oleh calon pembeli dan parapemilik kerajinan dapat diperoleh dengan mudah? Oleh karenanya dituntut adanya peran dan partisipasi berbagai pihak terutama pemerintah daerah dan kalangan perguruan tinggi untuk membantudan memfasilitasi akses informasi bagi para UMKM yang sebagian besar berada di daerah pedesaan atau kota-kota kecil.(Fauza et al., 2022) (Sifa & Ramadhani, 2021)

Sehubungan dengan permasalahan tersebut, perlu adanya pemanfaatan media digital (Nadhiroh Islamiah et al., 2023) lebih optimal untuk mendorong strategi pemasaran produk UMKM AKUSIKKA yang dikenal dengan *e- Commerce* (Indah Wahyu Putri & Surianto, 2022) yang akan menjadi upaya solutif untuk mengatasi permasalahan pada AKUSIKKA. Adanya media ini juga didukung dengan banyaknya pengguna layanan teknologi informasi di Indonesia (Wening, 2020) khususnya di kabupaten Sikka dan sekitarnya seperti pengguna *internet*, sosial media, dan *mobile phone*. Aplikasi yang akan dibangun adalah B'Pung Lapak, tujuan dari aplikasi B'Pung Lapak diantaranya adalah membantu mempertemukan pembeli dan penjual, mempertemukan distributor aneka kerajinana dan calon pembeli, transaksi *customer* atau pelanggan yang ingin membeli barang lewat *internet* dan *interface*-nya menggunakan *mobile phone*, juga menjadikan portal B'Pung Lapak bukan sekedar portal belanja, akan tetapi menjadi tempat berkumpulnya komunitas dengan membangun basis komunitas, membangun konsep pasar bukan sekedar tempat jual beli tetapi sebagai pusat informasi (*release*, *product review*, konsultasi), Pengelolaan yang berorientasi pada pelayanan, kombinasi konsepsi pelayanan konvensional dan *virtual* (Sariguna et al., n.d.) juga responsif (respon yang cepat dan ramah), dinamis, informatif dan komunikatif. Aplikasi B'Pung Lapak juga memuat Informasi yang *up to date*, komunikasi multi-arah yang dinamis, dan model pembayaran dengan kartu kredit atau transfer (Yazid Bustomi et al., n.d.) (Nurjati, n.d.). Hal ini untuk menjangkau pangsa pasar dalam pemasaran produk UMKM AKUSIKKA yang bergerak di bidangnya kerajinan tangan dan cenderamata.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan terdiri dari tahapan atau langkah-langkah yang dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini



Gambar 1. Tahapan Pengabdian

a) Pembuatan Aplikasi

Pada tahap ini akan melakukan kajian Aplikasi *E-Commerce*, Menentukan Aplikasi B'Pung Lapak, Pemilihan *Database*, Pemrograman, dan Keamanan Aplikasi, Pengumpulan informasi, Pengembangan Aplikasi dan Fungsi serta Fitur- Fitur Aplikasi, Penetapan penggunaan Aplikasi, dan *Maintenance* Aplikasi, juga Pengurusan hak cipta

b) Pelatihan Penggunaan Aplikasi

Pada tahap ini akan dilakukan Daftar akun B'Pung Lapak, Pengaturan identitas Akun, Mengisi produk dan bahan, serta informasi detail tentang pemasaran produk dan bahan, dan Peserta pelatihan adalah pengrajin di UD AkuSikka, Peralatan difasilitasi oleh pengusul dan mitra serta Dokumentasi dan video kegiatan

c) Manajemen SDM

Pada tahap ini akan dilakukan Sarasehan bersama mitra tentang organisasi, Memotivasi mitra untuk pelatihan manajemen, Undang mitra sebagai peserta ke kampus, dan Memberikan pelatihan manajemen SDM

d) Aturan Bisnis

Pada tahap ini akan Mengulas aplikasi dan fungsi masing-masing fitur sebelum didaftarkan, Menyiapkan dokumen/kelengkapan HKI, dan Mengunggah usul hak cipta secara daring

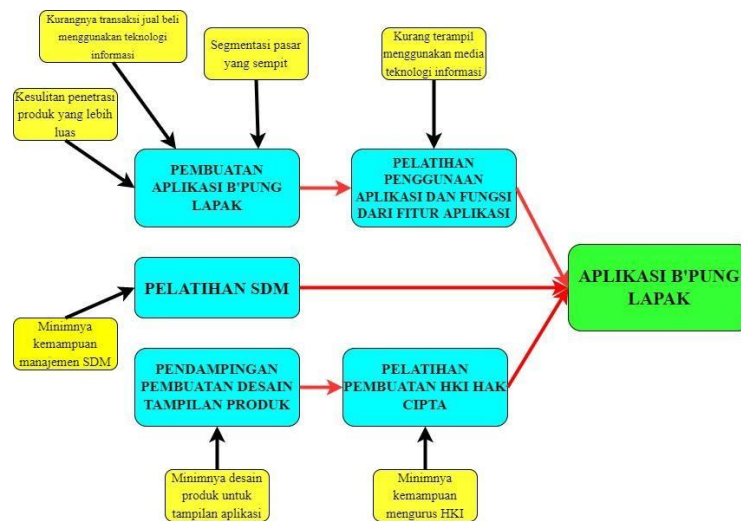
e) Komunikasi dan Desain ke Aplikasi

Pada tahap ini akan tentukan opsi model dan ukuran kemasan pada aplikasi, Membandingkan harga opsi kemasan dan detail harga pada aplikasi, Menentukan informasi pembayaran dan desain kemasan dan label.

Tahapan terakhir adalah kegiatan menyiapkan laporan sebagai tanggung jawab atas pelaksanaan pengabdian masyarakat di UD AkuSikka dengan judul Optimalisasi Produk UMKM Melalui Aplikasi B'Pung Lapak Berbasis Digital Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Di Kabupaten Sikka -NTT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesi ini akan menjelaskan secara skematis dari gambaran IPTEKS yang akan diimplementasikan pada permasalahan pemasaran yang dihadapi mitra kepada KADIN Kabupaten Sikka terkait aplikasi B'Pung Lapak. Bidang keilmuan utama yang digunakan sebagai framework penyelesaian masalah adalah manajemen yang di dalamnya melibatkan ilmu teknologi informasi, komunikasi dan hukum bisnis. Skema alur berpikir kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:



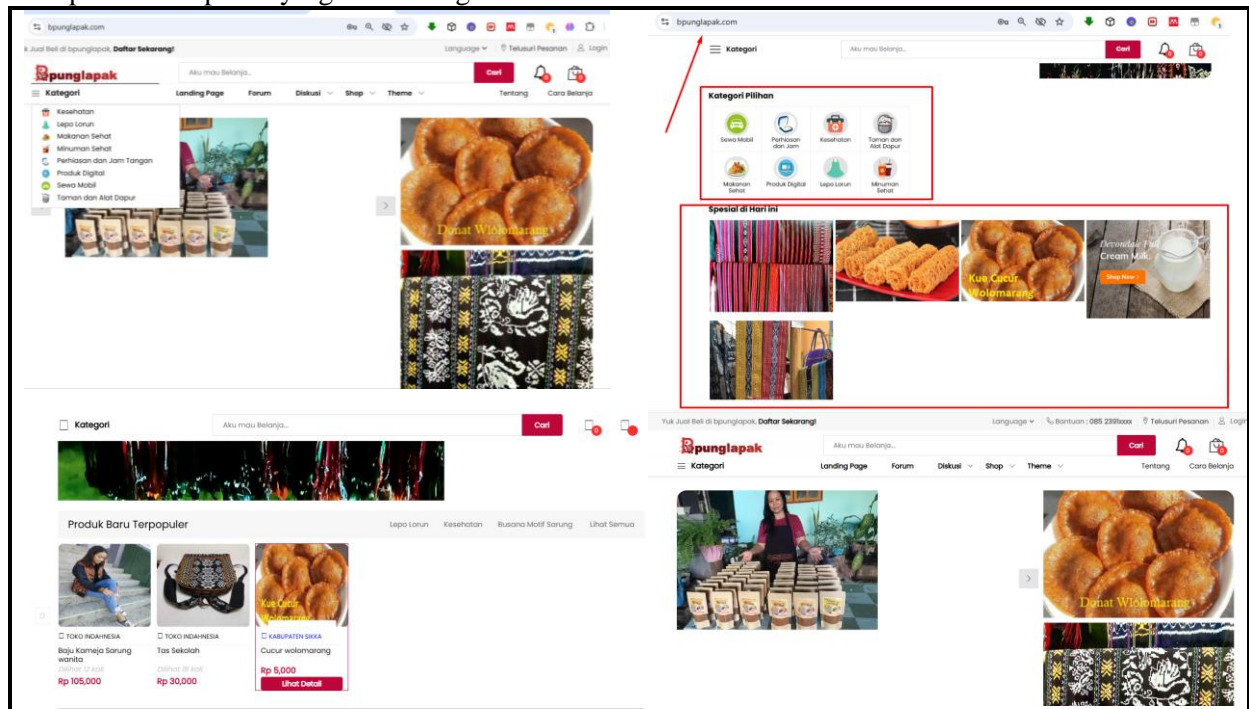
Gambar 2. Teknologi yang dikembangkan

Langkah pertama dalam pengabdian ini adalah tim membuat Aplikasi B'Punglapak yang dapat digunakan pada website dan android untuk proses penjualan dan pembelian produk Tenun dari pelaku UMKM. Waktu pengembangan Aplikasi memakan waktu 4 bulan yang dilakukan bersama ketua dan anggota tim pengabdian. Usai membuat Aplikasi B'Punglapak, tim pengabdian melakukan komunikasi dan pelatihan kepada mitra yaitu pelaku UMKM UD.Akusikka pada Kamis, 21/11/2024 sampai dengan 30/11/2024 waktu pukul 08.30 dihadiri oleh para pelaku UMKM UD.Akusikka diantaranya Pengrajin Tenun, Pengrajin Sarung, Pengrajin, Gelang, dan Tas. Pelatihan dilaksanakan langsung ke lokasi penjual di berbagai titik lokasi di kabupaten sikka. Materi latihan ini meliputi pengenalan website E-Commerce, manfaat dan penggunaan aplikasi, dan keuntungan serta kemudahan yang diterima.

Dalam pelatihan ini, peserta pelatihan yakni para pelaku UMKM mendengarkan dengan baik penjelasan materi yang disampaikan oleh tim pengabdian. Hal ini terlihat dari antusiasnya pertanyaan para pelaku UMKM saat menjelaskan materi. Hari selanjutnya tim memaparkan manajemen SDM yang baik untuk kelompok UMKM agar mengatur kelompok, memotivasi, dan arahan untuk mengemngkan karya dengan baik serta hak cipta atas kerajinan yang telah dibuat pelaku UMKM. Kemudian dihari berikutnya tim memberi pengarahan untuk melakukan dan mendesain kerajinan tangan, dan deskripsi yang dapat ditampilkan ke dalam website E-Commerce. Sebelum

pelatihan berakhir, tim mengadakan pertanyaan terkait kemudahan penggunaan aplikasi B'Punglapak. Dari 6 titik lokasi UMKM memberikan respon yang baik untuk penggunaan aplikasi dan dapat mempraktikkannya.

Adapun bentuk aplikasi yang dibuat sebagai berikut:



Gambar 3. Aplikasi B'Punglapak.com dan Produk

Terdapat beberapa user yang dapat menggunakan aplikasi ini sbb:

1. Admin utama sebagai super admin
2. Pemilik usaha UMKM baik kelompok maupun individu
3. Pemilik toko yang dapat memasarkan produk kerajinan
4. Kurir lokal mapun kurir nasional yang melayani pengiriman barang
5. Konsumen / pembeli

Semua user datanya disimpan dalam sistem karena sistem ini dapat merekam semua aktifitas pembelian dan penjualan barang / produk pada aplikasi ini.

Melalui aplikasi ini semua user pemilik toko atau pelapa kUMKM dapat memasarkan produk mereka dengan melakukan registrasi pada website dan mulai bertransaksi. Aplikasi ini juga membantu para pengrajin lokal untuk dapat memasarkan kerajinan mereka, menjangkau pembeli lebih luas dengan pemesanan dan transaksi secara online.





Gambar 4. Sosialisasi pada pelaku UMKM

Pengujian Aplikasi

Tabel 1. Pengujian Black Box

Masukan	Proses	Luaran	Hasil Uji
Menu Beranda	Tampilkan Halaman Beranda	Halaman beranda ditampilkan ().	Berjalan
Menu Pembelian Produk	Tampilkan Halaman Pembelian Produk	Halaman pembelian produk ditampilkan ().	Berjalan
Menu Konsumen	Tampilkan Menu Konsumen	Halaman Menu Komsumen ditampilkan ().	Berjalan
Menu Keranjang	Halaman menu keranjang	Hasil menu keranjang ditampilkan.	Berjalan
Menu Pembayaran	Tampilkan Menu Pembayaran	Menu Pembayaran ditampilkan .	Berjalan
Menu Tracking Produk	Tampil menu tracking produk	Hasil Menu tracking produk ditampilkan	Berjalan

Berdasarkan hasil penilaian, diketahui bahwa secara umum materi yang disampaikan tim pengabdian dengan judul Optimalisasi Produk UMKM Melalui Aplikasi B’Pung Lapak Berbasis Digital Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Di Kabupaten Sikka -NTT dan dipraktikkan 80% dapat dipahami oleh pelaku UMKM di 6 titik lokasi di kabupaten sikka, sedangkan kegiatan ini memberikan hasil sangat baik dilihat dari sikap dan respon pelaku UMKM yang sangat antusias untuk mengetahui materi yang dibawakan tim pengabdian.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian dapat berjalan dengan lancar dan bisa terjawab bagaimana pentingnya Aplikasi B’Pung Lapak Berbasis Digital Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Di Kabupaten Sikka -NTT serta dapat mencapai tujuan yang telah ditargetkan bahwa 80% pelaku UMKM mengenal dan menggunakan aplikasi B’Punglapak dengan baik. Ketersediaan Fitur dan tampilan yang mendukung transaksi melalui aplikasi B’PungLapak, seperti pendaftaran akun, penyediaan etalase, dan fasilitas pembayaran sangat membantu pegiat UMKM untuk mengembangkan usahanya. Meningkatkan waktu respons dari layanan pelanggan. Beberapa pelaku UMKM memberikan respon baik dan antusias terhadap pertanyaan dari materi yang diberikan panitia tentang dengan suasana yang menyenangkan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini bisa disimpulkan sampai tahap penulisan karya ilmiah dari bidang studi

Dari pernyataan dan tanggapan yang diberikan selama kegiatan, maka perlu adanya keberlanjutan dan kerja sama antara mitra UMKM yang lain untuk meningkatkan pengetahuan mengelola usaha dan menggunakan teknologi untuk mendukung penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kemdikbud-Ristek Dikti melalui DRTPM yang telah memberikan hibah pengabdian kepada masyarakat dan Universitas Nusa Nipa karena sudah memfasilitasi pengabdian dengan baik. Terima kasih kepada mitra UMKM UD.Akusikka yang atas kerjasamanya sudah memberikan data yang akurat untuk berjalannya kegiatan pengabdian, dan LPPM Universitas Nusa Nipa yang sudah memberikan ijin untuk kami melakukan pengabdian dan kepada para pelaku UMKM kabupaten sikka.

DAFTAR PUSTAKA

- Apprilisda Ranica Putri, Devi Maria Saadah, Iis Nurkamillah, Silven Yonathan, Sucya Sri Yuliana, & Ricky Firmansyah. (2023). Peran E-commerce Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Salaut Di Universitas Teknologi Digital. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), 01–16. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.181>
- Fauza, N., Erningsih, E., Carolina, M., Wira Abhyasa Oeli, D., Martha Murni, E., Saragih, G., Harianja, K. M., Adam Sulistiowati, N., Wati, S. W., Prawira, N. N., & Sandra, C. U. (2022). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Digital Marketing di Masa New Normal. *Journal of Community Engagement Research for Sustainability*, 2(3), 115–122. <https://doi.org/10.31258/cers.2.3.115-122>
- Indah Wahyu Putri, F., & Surianto, M. A. (2022). Strategi Mengelola Hubungan Pelanggan Pada Kajian Business To Business PT Wakabe Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 44–56. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.501>
- Monde, A. (n.d.). *IBW PEMBERDAYAAN PETANI MELALUI PENGEMBANGAN SISTEM PERTANIAN TERPADU DALAM MENDUKUNG KEMANDIRIAN DESA DI KECAMATAN SINIU KABUPATEN PARIGI MOUTONG*.
- Nadhiroh Islamiah, U., Wahyuning Laily, D., studi Agribisnis, P., Pertanian, F., & Timur, J. (2023). Socialization of Digital Marketing in Community Empowerment Efforts for Coffee MSME Players in Puspo Village. *Jurnal Pengabdian Dan Kemitraan Masyarakat (ALKHIDMAH)*, 1(3), 127–131. <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v1i3>
- Nurjati, E. (n.d.). PERAN DAN TANTANGAN E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA AKSELERASI MANAJEMEN RANTAI NILAI PRODUK PERTANIAN The Roles and Challenges of E-Commerce as an Acceleration Medium the Management Value Chain of Agricultural Products. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 39(2), 105–115. <https://doi.org/10.21082/fae.v39n2.2021.105-123>
- Sariguna, P., Kennedy, J., Intan, V., Kartika, D., & Tobing, S. J. L. (n.d.). *DAMPAK FENOMENA E-COMMERCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN KOSMETIK DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2019 >>(Kosong 2 Spasi tunggal, 12 pt)*.
- Sifa, M., & Ramadhani, D. (2021). *Pelatihan E-commerce anak muda meleak digital marketing di Desa Tinggar, Kabupaten Jombang* (Vol. 2, Issue 1).
- Wening, N. (2020). PRODUCT INNOVATION STRATEGY IN MEDIATING THE EFFECT OF ETHICAL BEHAVIOUR AND ETHICAL RESPONSIBILITY AND TRUST ON MARKETING PERFORMANCE. In *Humanities, Education and Social Sciences* (Vol. 2, Issue 1).
- Yazid Bustomi, M., Rohaeni, N., Aryanto, D., Tinggi Pertanian Kutai Timur JI Soekarno-Hatta, S., Utara, S., Timur, K., Timur, K., & Artikel, I. (n.d.). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Digital Terhadap Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Kutai Timur*. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/widyacipta>