

## PENGEMBANGAN UMKM SIDOARJO SUFYAH CRAFT AKSESORIS MELALUI E-COMMERCE

Fredi Aldi Pratama<sup>1</sup>, Lailatul Ramadhani Lestari Dewi<sup>2</sup>, Laily Muzdalifah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia  
e-mail: fredialdipratama@gmail.com

<sup>2,3</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia  
e-mail: <sup>2</sup>dtari802@gmail.com, <sup>3</sup>laily\_muzdalifah.mnj@unusida.ac.id

### Abstract

*To develop the business and increase branding in the eyes of consumers, the marketing system in this business needs to be added, including using additional E-Commerce such as in the shopee and distributing products to several shops in the Sidoarjo area and opening as many reseller members as possible so that Sufyah Craft Accessories products are easily recognized by the general public. Posting some of the new products available in the shopee catalog with the aim of introducing the handicrafts from the Sufyah Craft Accessories Business and using the promotional features provided. The results of processing Sufyah Craft's product shopee account are better known by the public because of the very wide sales reach throughout Indonesia and customers can more easily buy products practically without having to leave the house and come directly to the production site, with the promotion feature on the shopee account that have been made can add to the attractiveness of buyers and increase sales. Sufyah craft accessories is one of the businesses in Sidoarjo. Sufyah Craft Accessories has several products on offer and Based on the results of the questionnaire that has been made, it can be concluded that Sufyah Craft Accessories' customer satisfaction can be said to be very satisfied with the quality provided, price and product suitability, and good contact between buyers and sellers.*

### Abstrak

Untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan branding di mata konsumen maka sistem pemasaran pada usaha ini perlu ditambah antara lain dengan menggunakan tambahan *E-Commerce* seperti di shopee dan mendistribusikan produk ke beberapa toko di daerah Sidoarjo serta membuka reseller sebanyak-banyaknya. anggota sebanyak mungkin agar produk Sufyah Craft Accessories mudah dikenal oleh masyarakat luas. Memposting beberapa produk baru yang ada di katalog shopee dengan tujuan untuk memperkenalkan kerajinan tangan dari Sufyah Craft Accessories *Business* dan menggunakan fitur promosi yang disediakan. Hasil pengolahan akun shopee produk Sufyah Craft lebih dikenal oleh masyarakat karena jangkauan penjualan yang sangat luas di seluruh Indonesia dan pelanggan dapat lebih mudah membeli produk dengan praktis tanpa harus keluar rumah dan datang langsung ke tempat produksi, dengan adanya fitur promosi pada akun shopee yang telah dibuat dapat menambah daya tarik pembeli dan meningkatkan penjualan. Aksesoris kerajinan Sufyah merupakan salah satu usaha yang ada di Sidoarjo. Sufyah Craft Accessories memiliki beberapa produk yang ditawarkan dan Berdasarkan hasil penjualan dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan Sufyah Craft Accessories dapat dikatakan sangat puas dengan kualitas yang diberikan, harga dan kesesuaian produk, dan kontak yang baik antara pembeli dan penjual.

Keywords : UMKM; *E- Commerce*

### 1. PENDAHULUAN

Sidoarjo merupakan kota yang memiliki banyak UMKM sehingga disebut sebagai kota UMKM. Terdapat 171.264 usaha yang terbagi menjadi usaha besar 16.000 usaha, 154.891

usaha mikro dan usaha kecil menengah sebanyak 154. Selain itu terdapat 82 sentra industri yang tumbuh dan ditambah lagi sekitar 11 kampung Sidoarjo memiliki banyak keunggulan produk. UMKM unggul yang ada di

Sidoarjo seperti UMKM tas dan kulit, aneka olahan bandeng, Kerupuk, petis, aksesoris dan sebagainya. *E-commerce* yang berkembang di UMKM Indonesia diantaranya adalah Shopee, Lazada, Bukalapak, Kredivo, Akulaku, TokoPedia, dll. Shopee adalah urutan kedua setelah TokoPedia sebagai *e-commerce* dengan pengguna terbanyak di Indonesia dengan rata-rata pengunjung bulanan 132,77 juta. Accessories atau aksesoris dalam Bahasa Indonesia merupakan benda bersifat pelengkap yang sering digunakan seseorang, khususnya wanita guna menambah keindahan pemakai. Aksesoris dianggap sangat penting dan sudah diterapkan dalam dunia *fashion* sejak lama. Aksesoris hampir selalu diartikan sebagai *fashion accessories* karena menggunakan aksesoris berarti mengikuti *fashion*. Berbagai bentuk dan berbagai macam aksesoris selalu dinikmati, khususnya untuk para Wanita muda, untuk menyelaraskan penampilan, penambah pemanis busana, ataupun hanya untuk membuat penampilan lebih beda saja. Pada umumnya, aksesoris wanita bersifat mencolok, mengundang perhatian, baik untuk sesama kaum wanita, atau untuk kaum lawan jenis. Aksesoris merupakan gaya hidup wanita, artinya kebutuhan akan aksesoris begitu penting sehingga dapat dikatakan menjadi bagian utama dalam setiap penampilan. Penelitian ini mencoba menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perempuan, harga, kualitas produk, dan juga *brand image* dalam mengambil keputusan pembelian produk Strap Mask di Sufyah Craft Aksesoris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup wanita memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Melihat sangat dibutuhkannya aksesoris dalam setiap kehidupan, mendorong munculnya perusahaan-perusahaan yang menjual aksesoris, baik untuk perusahaan dengan skala kecil, bahkan sampai pada perusahaan berskala besar.

Saat ini *e-commerce* yang banyak digunakan diskala UMKM misalnya seperti shopee, lazada, bukalapak. Shopee yang merupakan marketplace yang paling banyak digunakan di Indonesia. Melakukan aktivitas penjualan di Shopee akan memudahkan para seller lebih mudah melakukan transaksi dan promosi. Pihak penjual yang memiliki lapak di *marketplace*, seperti Shopee, hanya perlu menjalani aktivitas jual beli dan meladeni pesanan yang dilakukan oleh pembeli. Sedangkan untuk aktivitas pengelolaan situs dan sebagainya, semuanya menjadi tanggung jawab

dari pemilik situs atau platform jual beli *online* tersebut.

Definisi dari UMKM adalah Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang berperan sangat penting dalam mendukung perekonomian. Rumah Tangga, Keluarga, Daerah maupun Nasional. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan [2]. Definisi terbaru tentang UMKM tertuang pada PP RI nomor 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bahwa definisi UMKM yaitu a. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; b. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan c. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai talangan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha[3].

*Electronic Commerce* atau *e-commerce* adalah segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet). Meski telepon dan televisi termasuk sebagai sarana elektronik, *e-commerce* ini lebih merujuk ke teknologi digital atau internet. *E-commerce* seringkali dianggap sama dengan marketplace. Padahal, jika dipahami secara mendalam dari pengertian di atas, marketplace merupakan salah satu contoh dari bisnis atau model *e-commerce*. Marketplace hanyalah berperan sebagai platform atau perantara yang menghubungkan antara pihak pembeli dengan penjual. Marketplace seperti pasar di dunia maya yang mempertemukan antara penjual dan pembeli. Secara teori, marketplace merupakan media *online* berbasis internet (*web based*) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari *supplier* sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi supplier dan penjual dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan produk dan jasa mereka (Opiida,

2014). *Marketplace* merupakan model *E-Business* yang berhubungan dengan penjual dan pembeli (seller & buyer). *MarketPlace* di Indonesia merupakan salah satu media penggerak ekonomi nasional dalam rangka menghadapi era globalisasi. Untuk itu, perlu dikembangkan *MarketPlace* yang teratur, wajar dan efisien. Pada umumnya *MarketPlace* yang efisien dapat meningkatkan iklim investasi di perusahaan dan memudahkan arus *input* dan *output* barang.

Sufyah craft aksesoris merupakan salah satu dari UMKM yang ada di Sidoarjo. UMKM tersebut masih perlu di kembangkan karena masih baru berdiri pada tanggal 01 Mei 2021 yang bertempat di jalan Kutilang No. 20 Larangan-Sidoarjo.

Sufyah Craft Aksesoris memiliki beberapa produk yang ditawarkan. Produk tersebut diantaranya strap mask berbagai model, kalung, gelang, cincin, dan bando hijab yang terbuat dari bahan yang berkualitas. Kurangnya pesaing dapat dijadikan peluang untuk mengembangkan usaha tersebut karena banyaknya produk yang ditawarkan. Tetapi, masalah yang terjadi dalam UMKM ini adalah kurangnya penjualan secara *online* yang mengakibatkan sedikitnya pendapatan dan *branding* yang kurang dikenal. Untuk mengembangkan bisnis dan meningkatkan *branding* di mata konsumen, sistem marketing pada UMKM ini perlu ditambah diantaranya menggunakan *E-Commerce* tambahan seperti di shopee (secara *online*) dan mendistribusikan produk ke beberapa toko di wilayah Sidoarjo dan membuka member reseller sebanyak-banyaknya agar produk Sufyah Craft Aksesoris mudah dikenal masyarakat umum. Sebenarnya UMKM ini sudah memiliki akun *Shopee Seller*, tetapi tidak berjalan dengan lancar karena tidak *dicontrol* dengan baik, alasannya tidak begitu mahir dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Adanya pendampingan ini memiliki kontribusi bahwa pertama, dengan adanya pendampingan Sufyah Craft Aksesoris dapat meningkatkan strategi pemasaran melalui *e-commerce* di Shopee. Kedua, adanya pendampingan ini dapat membantu meningkatkan penjualan pada Sufyah Craft Aksesoris.

## 2. METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yakni berupa

pendampingan kepada pelaku UMKM tentang pemasaran secara online melalui *E-Commerce*. Di era digital ini, penting bagi pelaku UMKM untuk mengetahui secara luas tentang pemasaran yang dilakukan secara online dengan tujuan meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha secara berkala. Adapun tahapan pendampingan tersebut adalah sebagai berikut :

Tahap perencanaan :

- a. Mengolah akun *E-Commerce* (Shopee)
- b. Menganalisis hasil penjualan dan efektivitas di shopee

Tahap pelaksanaan :

- a. Mengolah akun shopee
  1. Akun shopee yang diolah pada tanggal 17 April 2023 ditujukan untuk mengembangkan usaha UMKM Sufyah Craft Aksesoris agar lebih maju dan dapat meningkatkan branding di mata konsumen.
  2. Memposting beberapa produk baru yang tersedia di katalog shopee dengan tujuan untuk memperkenalkan hasil karya tangan dari UMKM Sufyah Craft Aksesoris dan menggunakan fitur promosi yang disediakan.
  3. Dengan adanya fitur chat yang disediakan oleh pihak shopee dapat mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli dalam mengutarakan ketika adanya request produk yang akan dibeli.
- b. Melakukan analisis hasil penjualan 30 hari terakhir di shopee dengan mengukur peningkatan penjualan termasuk pada konsumen yang berasal dari luar Sidoarjo, peningkatan pendapatan dan peningkatan *branding* di mata konsumen.

## 3. HASIL

Hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada pelaku usaha Sufyah Craft Aksesoris adalah sebagai berikut:

- a. Hasil dari pengolahan akun Shopee produk Sufyah Craft jadi lebih dikenal oleh masyarakat (diluar Sidoarjo) karena jangkauan penjualan yang sangat luas ke seluruh Indonesia dan pelanggan dapat lebih mudah untuk membeli produk secara praktis tanpa harus keluar rumah dan datang langsung ke tempat produksi, dengan adanya fitur promosi di akun Shopee yang

telah dibuat dapat menambah daya tarik pembeli dan meningkatkan penjualan.

- b. Berdasarkan hasil penjualan yang telah dilakukan selama 30 hari di Shopee, dapat disimpulkan adanya peningkatan penjualan setelah pendampingan. Adanya penambahan konsumen dari luar Sidoarjo yang menambah *Brand image* semakin di kenal masyarakat sehingga tingkat penjualan meningkat terhadap UMKM ini.

Adanya pendampingan ini telah berhasil meningkatkan penjualan yang mana sebelum adanya pendampingan ini penjualan produk setiap bulan sebanyak 1-5 pcs, Namun setelah adanya pendampingan produk Sufyah Craft Sidoarjo berhasil melakukan penjualan sebanyak 30 pcs. Pelanggan atau konsumen yang berada diluar Sidoarjo juga mengalami peningkatan sebanyak 20 orang.

#### 4. PEMBAHASAN

*Accessories* atau aksesoris dalam Bahasa Indonesia benda bersifat pelengkap yang sering digunakan seseorang, khususnya wanita guna menambah keindahan pemakai. Aksesoris dianggap sangat penting dan sudah diterapkan dalam dunia *fashion* sejak lama. Aksesoris hampir selalu diartikan sebagai *fashion* aksesoris karena menggunakan aksesoris berarti mengikuti *fashion*. Berbagai bentuk dan berbagai macam aksesoris selalu dinikmati, khususnya untuk para Wanita muda, untuk menyelaraskan penampilan, penambah pemanis busana, ataupun hanya untuk membuat penampilan lebih beda saja. Pada umumnya, aksesoris wanita bersifat mencolok, mengundang perhatian, baik untuk sesama kaum wanita, atau untuk kaum lawan jenis. Aksesoris merupakan gaya hidup wanita, artinya kebutuhan akan aksesoris begitu penting sehingga dapat dikatakan menjadi bagian utama dalam setiap penampilan. Melihat sangat dibutuhkannya aksesoris dalam setiap kehidupan, mendorong munculnya perusahaan-perusahaan yang menjual aksesoris, baik untuk perusahaan dengan skala kecil, bahkan sampai pada perusahaan berskala besar. Sufyah craft aksesoris merupakan salah satu dari UMKM yang ada di Sidoarjo. UMKM tersebut masih perlu di kembangkan karena masih baru berdiri pada tanggal 01 Mei 2021 yang bertempat di jalan kutilang No. 20 Larangan-Sidoarjo. Sufyah Craft Aksesoris memiliki beberapa produk yang

di tawarkan. Produk tersebut diantaranya strap mask berbagai model, kalung, gelang, cincin, dan bando hijab yang terbuat dari bahan yang berkualitas. Untuk mengembangkan bisnis dan meningkatkan branding dimata konsumen, sistem marketing pada UMKM ini perlu ditambah diantaranya menggunakan *E-Commerce* tambahan seperti di shopee (secara *online*) dan mendistribusikan produk ke beberapa toko di wilayah Sidoarjo dan membuka member reseller sebanyak-banyaknya agar produk Sufyah Craft Aksesoris mudah di kenal masyarakat umum. Pengolahan akun shopee yang dilakukan pada tanggal 17 April 2023 ditujukan untuk mengembangkan usaha UMKM Sufyah Craft Aksesoris agar lebih maju dan dapat meningkatkan *branding* di mata konsumen.

Shopee sendiri salah satu dari ribuan *E-Commerce* provider di Indonesia yang menawarkan banyak keuntungan baik dari segi fungsionalitas kepada jutaan pelanggan setiap harinya. Oleh karena itu, pelaku bisnis UMKM dan pebisnis biasa dapat bergabung dengan Shopee untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan produknya. Karena masyarakat Indonesia lebih cenderung berbelanja *online* karena dianggap lebih mudah dan praktis tanpa harus keluar rumah dan datang langsung ke tempat produksi, dengan adanya fitur promosi di akun shopee yang telah dibuat dapat menambah daya tarik pembeli dan meningkatkan penjualan.

Adanya pendampingan ini telah berhasil meningkatkan penjualan yang mana sebelum adanya pendampingan ini penjualan produk setiap bulan sebanyak 1-5 pcs, Namun setelah adanya pendampingan produk Sufyah Craft Sidoarjo berhasil melakukan penjualan sebanyak 30 pcs. Pelanggan atau konsumen yang berada diluar Sidoarjo juga mengalami peningkatan sebanyak 20 orang, Selain itu Sufyah Craft Sidoarjo mengalami peningkatan pendapatan sebanyak 20%. Terjadi peningkatan *Brand Image* yakni Sufyah Craft Sidoarjo semakin dikenal oleh konsumen dan memiliki *image* yang kuat bahwa produk tersebut adalah produk UMKM yang unggul dan kompetitif dari segi *product quality*, harga dan promosi penjualan.

#### 5. KESIMPULAN

Kegiatan pengembangan kepada pelaku UMKM Sufyah Craft Aksesoris dalam hal mengolah akun Shopee untuk mengembangkan usaha agar lebih maju dan dapat meningkatkan branding dimata konsumen. Adapun pengolahan

tersebut dilakukan dengan cara memposting beberapa produk baru yang tersedia di katalog shopee dan menggunakan fitur promosi yang disediakan dan adanya fitur chat yang disediakan oleh pihak Shopee juga dapat mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli dalam mengutarakan ketika adanya request produk yang akan dibeli. Hasil pendampingan tersebut telah mampu meningkatkan penjualan, peningkatan pendapatan, menambah pangsa pasar dan meningkatkan *Brand Image* pada produk Sufyah Craft Sidoarjo.

## 6. UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada tim pengabdian masyarakat yang sudah berpartisipasi dan pelaku UMKM Sufyah Craft Aksesoris yang bersedia meluangkan waktunya untuk membantu tim pengabdian masyarakat guna mengembangkan usaha UMKM agar lebih maju dan dapat meningkatkan *branding* dimata konsumen.

## DOKUMENTASI KEGIATAN



Gambar 1. Profil Akun Shopee



Gambar 2. Bukti Penjualan



Gambar 3. Hasil Penjualan

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] UU No. 20, “UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah,” 2008.
- [2] BPK RI, “Kemudahan, Pelindungan, Dan

- Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah,” *Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia - BPK RI*, 2017.
- [3] D. Karinayah, “Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Sidoarjo.”
- [4] Sugiharto, “Memanfaatkan E-Commerce Dengan Benar,” *KEMENTRIAN KEUANGAN*, 2022.
- [5] Gita Putri Azahro, A. Ayu Amalikha, S. Maidah Ariani, K. Sabrina Purnasari, M. D. Firdauzan, And D. Prasetyo, “Pengembangan Komunikasi Pemasaran UMKM D’Lollypop Melalui Media Sosial Dan E-Commerce Selama Pandemi Covid-19,” *Prapanca J. Abdimas*, Vol. 1, No. 2, Pp. 33–43, 2021, Doi: 10.37826/Prapanca.V1i2.201.
- [6] R. Idayu, M. Husni, And S. Suhandi, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten,” *J. Manaj. STIE Muhammadiyah Palopo*, Vol. 7, No. 1, P. 73, 2021, Doi: 10.35906/Jm001.V7i1.729.
- [7] L. A. Safitri And C. B. Dewa, “Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan Online Melalui E-Commerce Shopee,” *J. Manaj. Dayasaing*, Vol. 22, No. 2, Pp. 117–125, 2020, Doi: 10.23917/Dayasaing.V22i2.12494.
- [8] A. Ariani And M. N. Utomo, “Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Tarakan,” *J. Organ. Dan Manaj.*, Vol. 13, No. 2, Pp. 99–118, 2017, Doi: 10.33830/Jom.V13i2.55.2017.
- [9] Suyadi And Syahdanur, “Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Bengkalis Riau,” *J. Ekon. KIAT*, Vol. 29, No. 1, Pp. 1–10, 2018.
- [10] “Refrensi Gaya Hidup Pendahuluan.Pdf.”
- [11] Opiida, “Bfitri Mar`Atus Sholihah (2018) ‘Bab Ii Landasan Teori,’ Journal Of Chemical Information And Modeling, 53(9), Hal. 8–24.Ab Ii Landasan Teori,” *J. Chem. Inf. Model.*, Vol. 53, No. 9, Pp. 8–24, 2014.