

Pengembangan UMKM Songkok Melalui Model *E-Business* Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Industri Kreatif Masyarakat Di Kelurahan Banjarmendalan Kabupaten Lamongan

Abdul Ghofur, Imam Tresno Edy, Rico Rohman, Mubtadi Faisol Athobari

Magister Manajemen Universitas Islam Lamongan

Email: abdulghofur@unisla.ac.id, imamtresnoedy@unisla.ac.id, ricorohman@gmail.com,
mubtadifaisolathobari

ABSTRAK

Mata pencaharian penduduk di Kelurahan Banjarmendalan sebagian besar masih bekerja sebagai wiraswasta dan swasta. Hal ini menunjukkan bahwa memegang peranan penting dalam bidang ekonomi masyarakat di Kelurahan Banjarmendalan. Faktor penunjang sebagai keunggulan dan kemajuan sebuah desa adalah sarana dan prasarana. Di Kelurahan Banjarmendalan sendiri, potensi sarana dan prasarana sudah cukup baik dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Beberapa sarana dan prasarana mulai dari kesehatan, pendidikan, dan lain-lain sudah dibangun dan akan terus dilanjutkan agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan menunjang mobilitas perekonomian di Kelurahan Banjarmendalan. Pada UMKM yang terdapat di Kelurahan Banjarmendalan terdapat industri pembuatan produk Songkok. *Home Industri* songkok di Kelurahan Banjarmendalan Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan memiliki Merk dengan nama “Kuda Terbang” merupakan suatu UMKM yang memproduksi songkok bludru dengan produksi rata-rata 500 ribu buah songkok per bulan. Khusus menjelang Ramadan, produksi bisa mencapai 1000 ribu buah. Pemilik Usaha songkok “Kuda Terbang” bernama Bapak Ali Jebor. Pada kegiatan ini metode yang digunakan yaitu pendekatan model E-Business dengan menggunakan sistem manajemen pengetahuan, e-dagang mempunyai goal untuk menambah revenue dari perusahaan. Sementara itu, E-Business berkaitan secara menyeluruh dengan proses bisnis termasuk value chain: pembelian secara elektronik (electronic purchasing), manajemen rantai suplai (supply chain management), pemrosesan order elektronik semua kegiatan tersebut mempunyai tujuan untuk memberikan penguatan perekonomian di Desa Banjarmendalan Kabupaten Lamongan.

Kata Kunci: UMKM Songkok, Model E-Business, Penguatan Perekonomian

PENDAHULUAN

Banjarmendalan merupakan salah satu wilayah bagian Kecamatan Lamongan, Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah keseluruhan 106.361 Ha (1,06 Km²) yang berupa pekarangan seluas 103 Ha dan lain-lain 3,36 Ha. Kekayaan sumber daya alam yang ada di Kelurahan Banjarmendalan sangat mendukung perekonomian baik dari segi pengembangan ekonomi maupun sosial budaya. Faktor pendukung yang lain adalah letak geografis desa yang cukup strategis dan merupakan daerah pendidikan di kabupaten lamongan karena hampir semua sekolah negeri berada disini. Dilihat dari segi kondisi perekonomian penduduk Kelurahan Banjarmendalan yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani dan mayoritas beragama Islam juga memiliki kepatuhan terhadap adat istiadat dan tradisi keagamaan. Oleh karena itu, arah pembangunan masyarakat desa juga diharapkan bersumber pada diri sendiri (kemandirian dan perkembangan pembangunan harus berdampak pada perubahan sosial, ekonomi dan budaya yang seimbang agar dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hidup

masyarakat desa menjadi lebih baik secara jasmani dan rohani. Di Desa Banjarmendalan terdapat *home industry* pembuat songkok dimana industri tersebut merupakan salah satu penopang perekonomian bagi warga sekitar karena sangat terbantu sebagai kegiatan industri kreatif guna penambahan pendapatan keluarga.

Home Industri songkok di Kelurahan Banjarmendalan Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan merupakan suatu UMKM yang memproduksi songkok bludru. *Home Industri* songkok ini berusaha mengembangkan usahanya dengan menjaga kualitas dan meningkatkan produksi serta memperluas jangkauan penjualan untuk meningkatkan pendapatan. Dalam hal ini pemilik usaha *Home Industri* songkok harus mengarahkan pemikiran dengan tenaganya untuk mencapai tujuan yakni peningkatan pendapatan UMKM. Untuk meningkatkan pendapatan UMKM, maka di perlukan adanya pengendalian internal yang baik dan teratur dalam mengelola persediaan bahan baku. Pengendalian atas persediaan bahan baku diharapkan dapat menciptakan aktivitas pengendalian yang efektif dalam menentukan jumlah persediaan optimal yang dimiliki UMKM, mencegah berbagai tindakan pelanggaran dan penyelewengan yang dapat merugikan perusahaan, pelanggaran terhadap kebijakan yang diterapkan atas persediaan, serta memberikan pengamanan fisik terhadap persediaan dari pencurian dan kerusakan. Menurut (Luayyi, 2013: 30) UMKM terdorong untuk melakukan suatu sistem pengendalian ini merupakan alat yang diperlukan untuk medelegasikan wewenang serta tanggung jawab dalam suatu organisasi. Seseorang pemimpin harus memiliki cara-cara untuk mengetahui apakah pekerjaan yang telah didelegasikan sudah dilaksanakan dengan baik.

E-Business

E-Business adalah penggunaan Teknologi Informasi untuk memudahkan proses bisnis, melakukan ecommerce, dan menyediakan kerja sama dan komunikasi perusahaan pendukung (James A. O'Brien :2005). *E-Business* atau *Electronic business* didefinisikan sebagai aktivitas yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan proses pertukaran barang dan/atau jasa dengan memanfaatkan internet sebagai medium komunikasi dan transaksi, dan salah satu aplikasi teknologi internet yang merambah dunia bisnis internal, lingkup sistem pendidikan pelanggan, pengembangan produk dan pengembangan usaha (Polla, 2010). Secara luas sebagai proses bisnis yang bergantung pada sebuah sistem terotomasi titik pada masa sekarang, hal ini dilakukan sebagian besar melalui teknologi berbasis web memanfaatkan jasa internet. *E-Business* tidak sama dengan *E-Commerce*. Ruang lingkup *E-Business* lebih besar dari *E-Commerce*.

E-Commerce merupakan kepanjangan dan *Electronic Commerce* Yang berarti perdagangan yang dilakukan para elektronik. Perbedaan yang mendasar antara *E-Commerce* dan *E-Business* adalah bahwa tujuan *E-Commerce* memang benar-benar *money oriented* (berorientasi pada perolehan uang), sedangkan *E-Business* berorientasi pada kepentingan jangka panjang yang sifatnya abstrak seperti kepercayaan konsumen, pelayanan terhadap konsumen, peraturan kerja, relasi antar mitra bisnis, dan penanganan masalah sosial lainnya. (Turban, 2005).

Adapun model – model E- business dapat dikategorikan menjadi Sembilan Model bisnis yaitu:

1. *Virtual Storefront*, yang menjual produk fisik atau jasa secara online, sedangkan pengirimannya menggunakan sarana – sarana tradisional. seperti jasa pos dan kurir.
2. *Marketplace Concentrator*, yaitu yang memusatkan mengenai informasi produk dan jasa dari beberapa produsen pada satu titik sentral. Pembeli dapat mencari, membanding – bandingkan dan kadangkala juga melakukan transaksi pembelian.
3. *Information Brokerme*, yaitu menyediakan informasi mengenai produk, harga dan ketersediaannya dan terkadang menyediakan fasilitas transaksi. Namun nilai utamanya adalah informasi yang disediakan.

4. *Transaction Broker*, yaitu pembeli dapat mengamati berbagai tarif dan syarat pembelian, namun aktifitas bisnis utamanya adalah memfasilitasi transaksi.
5. *Electronic Clearinghouses*, yaitu menyediakan suasana seperti tempat lelang produk, dimana harga dan ketersediaan selalu berubah tergantung pada reaksi konsumen.
6. *Reverse auction*, yaitu konsumen mengajukan tawaran kepada berbagai penjual untuk membeli barang atau jasa dengan harga yang disesifikasi oleh pembeli.
7. *Digital Product Delivery*, yaitu menjual dan mengirim perangkat lunak, multimedia, dan produk digital lainnya lewat internet.
8. *Content Provider*, yaitu yang memperoleh pendapatan melalui penyediaan konten.

METODE PELAKSANAAN

Langkah-langkah yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu:

1. Membuat produk dengan kelebihan yang tidak dimiliki produk lain di pasaran. Konsumen yang semakin cerdas dan ketatnya persaingan menuntut pengusaha untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produknya agar bisa memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.
2. Akses yang mudah dijangkau oleh *existing customer* sehingga terus mendatangi kita dan adanya pertumbuhan dari konsumen baru. Selain itu menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen, melayani dengan *personal touch*, yang membuat konsumen merasa istimewa akan menjadi nilai tambah dari produk/ jasa yang kita berikan.
3. Publikasi yang bisa dilakukan melalui pemasangan spanduk, banner, atau brosur di tempat-tempat yang banyak dikunjungi oleh calon pembeli. Mengikuti bazar, pameran, atau *event – event* tertentu seperti *car free day* dimana banyak pengunjung yang datang sehingga produk kita bisa dikenal.
4. Memanfaatkan media sosial, *e-commerce* untuk memasarkan produk. Di era digital saat ini, arus komunikasi menjadi semakin mudah, cepat, dan murah dengan teknologi internet. Dengan menggunakan jaringan internet memungkinkan produk kita menjangkau area yang lebih luas. Selain menjangkau pasar yang lebih luas, efisien dan murah, keuntungan lain dari pemasaran dengan *e-commerce* ini adalah memperpendek jarak distribusi produk sehingga konsumen mendapatkan harga yang lebih murah.

PEMBAHASAN

Profil Usaha

Langkah-langkah pembuatan Songkok “Kuda Terbang” terdiri dari:



Gambar 1. Produk Songkok “Kuda Terbang”

1. Langkah yang pertama di lakukan dalam pembuatan peci adalah. Mengumpulkan bahan-bahan yang diperlukan atau bahan-bahan pokok seperti sehelai beludur, sehelai jaring busa yang di pakai sebagai bagian atas peci dan juga lapisan keras yang dibuat dari kertas karung semen.



2. Langkah yang kedua dilakukan adalah memotong jaring busa yang di pakai untuk bagian atas peci hingga membentuk bulat, sesuai dengan selera pemakainya kemudian dipola sedemikian rupa sesuai ukuran kepala. Setelah dipola, sesuai dari beberapa ukuran kepala manusia, lalu dijahit sedemikian rupa, lalu di bagian pinggir atasnya disablon sesuai logo..



3. Langkah yang ketiga di lakukan pada proses pembuatan peci adalah melakukan sipatan pada beludur dengan bahan dasar peci tersebut untuk membuat sebuah ukuran peci tersebut.
- 4.



5. Dan langkah yang keempat adalah menghubungkan beludur dan jaring busa tersebut untuk menghubungkan keduanya dan setelah itu baru menghubungkannya dengan bahan dasar peci tersebut.



Tujuan Pembuatan Produk

1. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang industri songkok di Kabupaten Gresik
2. Menyediakan informasi tentang profil, jenis-jenis produk, harga dan informasi lainnya dari industri songkok di Kabupaten Gresik untuk masyarakat.
3. Membantu dan memudahkan masyarakat untuk memilih industri songkok sesuai dengan kebutuhan.
4. Menghasilkan direktori berbasis web yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
- 5.

Penerapan Model *E-Business* Dalam Penjualan Produk Songkok “Kuda Terbang”.

Penerapan model *e-business* ini, ada 2 proses bisnis yang ditangani, yaitu proses bisnis internal (berhubungan dengan pelaku bisnis dalam industri UMKM Songkok) dan proses bisnis eksternal (penjualan produk kepada konsumen). Sedangkan proses bisnis eksternal dilakukan oleh konsumen dengan melakukan pembelian produk songkok melalui internet. Pembayaran dilakukan dengan mentransfer rekening bank. Setelah konsumen mengkonfirmasi pembayaran produk ditambah dengan biaya pengiriman, pemilik industri melakukan pemaketan produk. Paket ini dikirim oleh jasa pengiriman barang ke alamat konsumen.

1. Tahap Perencanaan

Tahap ini sangat penting karena pada tahap ini permasalahan yang sebenarnya didefinisikan secara rinci, kemudian menentukan tujuan pembuatan produk. Dalam pembuatan songkok harus menentukan bahan baku yang berkualitas tinggi yang akan di produksi serta proses perencanaan pembuatan yang dapat dilakukan dengan terperinci dan melakukan pendataan pada sistem komputer dan manual.

2. Tahap Analisis

Pada tahap ini pembuat sistem akan menganalisis permasalahan dengan menyusun studi kelayakan. Studi kelayakan ini menentukan kemungkinan keberhasilan solusi yang diusulkan serta untuk memastikan bahwa solusi yang diusulkan tersebut benar benar dapat dicapai dengan sumber daya. Dalam tahap ini dalam harus dilakukan seperti urutan proses pembuatan produk dan melakukan sistem kelayakan songkok “Kuda Terbang” apakah produk bahan baku yang dipesan lewat media internet tersedia atau tidak dan produk tersebut layak di gunakan dan layak di pasarkan.

3. Tahap Perancangan

Tahap ini merupakan kegiatan untuk mengimplementasikan rancangan yang telah disusun sebelumnya dengan tahapan awal proses pembuatan agar dapat terwujud. Untuk merealisasikan sistem pada tahap pemasaran ini, dengan penggunaan yang dilakukan dengan kerjasama dari pihak luar seperti pemesanan kain beludru, jaring busa, kemasan dan meminta kebutuhan bahan baku kepada penyedia melalui media Internet Whatsapp atau SMS.

4. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, dilakukan uji coba sistem yang telah selesai disusun. Proses uji coba diperlukan untuk memastikan bahwa sistem tersebut sudah benar. Dalam tahap terakhir yaitu tahap evaluasi dengan cara pengecekan produk tersebut apakah menghasilkan barang baik atau buruk untuk kemudian dapat di packing dan tahap pemasaran pada sistem komputer yang sudah terdata sesuai dengan permintaan dan meng Update produk yang tersedia melalui media informasi Whatsapp kepada konsumen di dalam daerah Lamongan maupun luar daerah kota Lamongan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini antara lain yaitu:

1. Pada era kemajuan teknologi saat ini, internet menjadi satu komponen penting bagi setiap individu maupun para UMKM untuk dapat berinteraksi dengan dunia luar dan memasarkan barang yang di produksinya. Kemudahan yang ditawarkan mampu menjadikan suatu tren bagi masyarakat modern yang semakin sibuk dengan *modern urban life style*. Dan E-business memudahkan kita dalam manajemen dan membantu meningkatkan produktifitas kerja.
2. Secara umum sumber daya alam dan manusia di Kelurahan Banjarmendalan cukup melimpah bersumber dari sektor pertanian dan bertambahnya jumlah UMKM yang hasilnya juga dapat meningkatkan pendapatan dan penguatan perekonomian di Kelurahan Banjarmendalan Kabupaten Lamongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrozzaq Hasibuan, Jamaludin, Yayuk Yuliana, AcaiSudirman, Alexander Wirapraja, Aditya Halim Perdana Kusuma, Teng Sauh Hwee, Darmawan Napitupulu, Joli Afriany, Janner Simarmata. (2020). *E-Bussines Implementasi, Strategi dan Inovasinya*
- Badriyah, N., Khotimah, U. S. C., & Tahjudin, M. (2019). Pengembangan jajanan tradisional rambut nenek melalui pendekatan one village one product di desa kesambi kecamatan pucuk kabupaten lamongan. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 124-129.
- Edy, I. T., Ni'mah, F., & Ariezka, R. (2019). Pelatihan ‘online marketing’ bagi pelaku usaha di kecamatan laren lamongan dalam rangka pengembangan desa wisata menjadi destinasi digital. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 119-123.

- Ghofur, A., Efendi, Y., & Irawan, M. R. N. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pemanfaatan Limbah Kulit Salak Menjadi Produk Unggul Melalui Model Industri Kreatif Di Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 91-98.
- Hasan, A. F., Muhtadin, M., & Fikri, M. F. (2019). Membangun jiwa social entrepreneur muda dusun kepudiwetan dalam pemasaran ikan di daerah turi lamongan. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 130-134.
- Luayyi, S. (2013). Evaluasi sistem pengendalian intern persediaan bahan baku untuk memperlancar proses produksi (Studi kasus pada Pr. Kn Jaya Sentosa Kediri). Dosen Jurusan Akuntansi Fak. Ekonomi UNISKA Kediri (Vol. 1 No. 1 – Januari 2013)
- Lubis, Z., Afandi, R. B., & Sustroyorini, E. N. (2020). Pelatihan Manajemen Transportasi Dalam Upaya Menciptakan Efisiensi Tata Kelola Jaringan Trayek Dan Sumber Daya Manusia Pada Masyarakat Di Kawasan Pantura Kabupaten Lamongan. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 228-235.
- O.Briend, James A.(2005), *Introduction to Information Systems*, Edisi ke- 12, Jakarta;Salemba Empat.
- Polla, Gerardus. 2010. *Model Sistem E-business dalam Organisasi Menggunakan SI*. Jakarta : Hand Out Kuliah SIM Pendidikan
- Turban, Efraim, Kelly Rainer dan Richard E. Potter. 2005. *Introduction to Information Technology*, diterjemahkan oleh Deny Arnos Kwary dkk. dengan judul *Pengantar Teknologi Informasi*, Jakarta: Salemba Infotek, 2006.