

PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MENGGUNAKAN E-COMMERCE DALAM BIDANG USAHA TERNAK JANGKRIK SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA

Awan Setiawan¹, Erwin Yulianto², Yiyi Supendi³

Fakultas Teknik, Universitas Langlangbuana

¹awans2425@gmail.com, ²rwinyulianto@yahoo.com, ³yiyi.supendi@gmail.com

Abstrak

Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan yaitu membantu memecahkan permasalahan perekonomian yang dihadapi masyarakat di Kampung Barukacang, Desa Karamatwangi, Cisurupan, Kabupaten Garut. Mata pencaharian masyarakat pada umumnya bergerak di sektor pertanian. Keberlangsungan mata pencaharian pada sektor pertanian sangat dipengaruhi oleh musim, modal, dan teknologi yang digunakan. Ketika faktor-faktor tersebut tidak mendukung, para petani menganggur dan mengakibatkan menurunnya sumber penghasilan keluarga. Metode penelitian yang digunakan pada kegiatan PKM yaitu Studi Kasus yang terbagi menjadi beberapa tahapan, yaitu analisis objek mitra, sosialisasi dan identifikasi, praktik dan pendampingan usaha, pembukaan jejaring / mitra dan penjualan serta pemanfaatan E-Commerce sebagai media pemasaran kepada konsumen/agen. Pendampingan perintisan usaha pemberdayaan ekonomi masyarakat bekerja sama dengan Unit Usaha Masjid (UUM) Al Hikmah dalam mendukung perkembangan ekonomi syariah. Pemberdayaan juga diharapkan dapat meningkatkan peran aktif masyarakat serta berupaya untuk menggali potensi akan sumber daya yang ada dan meningkatkan produktivitas serta kesejahteraan masyarakat.

Keywords: Pemberdayaan, Ekonomi Masyarakat, E-Commerce, Usaha Ternak Jangkrik, Pendapatan Keluarga

PENDAHULUAN

Keadaan masyarakat di lingkungan Masjid Al Hikmah Kampung Barukacang, Desa Karamatwangi, Cisurupan, Kabupaten Garut masih terkesan tradisional dan jauh untuk dikatakan maju dengan pendidikan rata-rata lulusan Sekolah Dasar. Mata pencaharian masyarakat umumnya bergerak di bidang sektor pertanian saja. Selama ini telah diketahui bahwa keberlangsungan mata pencaharian pada sektor pertanian sangat dipengaruhi oleh musim, modal, dan teknologi yang digunakan. Saat faktor-faktor tersebut tidak mendukung, apalagi di tengah pandemi Covid-19 yang tengah mewabah secara nasional, para petani menganggur dan berdampak pada menurunnya sumber penghasilan keluarga.

Dengan tidak adanya penghasilan keluarga menyebabkan permasalahan ekonomi. Oleh karena itu, perlu dilakukan program cepat tanggap yang dapat

memecahkan permasalahan tersebut dimana semua pelaku ekonomi dapat berperan aktif dan semua masyarakat dapat menikmati peningkatan pendapatan dari hasil proses program yang akan dilaksanakan. Program yang akan dilaksanakan yaitu Perintisan pemberdayaan ekonomi masyarakat menggunakan media *E-Commerce* dalam bidang usaha ternak jangkrik sebagai upaya peningkatan pendapatan keluarga melalui Unit Usaha Masjid (UUM) Al Hikmah.

Pada pelaksanaan program ini dilakukan pengembangan unit usaha penggerak ekonomi kerakyatan berbasis syariah yaitu ternak pembesaran jangkrik. Program pemberdayaan ekonomi melalui UUM Al Hikmah ditujukan untuk dapat menjadi Penopang pendanaan kelangsungan masjid dan dapat memberdayakan ekonomi masyarakat. Program ini juga diharapkan membuat mata pencaharian masyarakat sekitar dapat berubah ke sektor lain,

menciptakan kegiatan ekonomi produktif bagi masyarakat sekitarnya dengan tidak meninggalkan mata pencaharian utama sebagai petani.

Program pembesaran jangkrik juga dapat membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar sehingga dapat menambah sumber pendapatan keluarga yang akhirnya memberikan kontribusi pada peningkatan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat. Masyarakat sekitar akan menjadi mitra dengan UUM Al Hikmah dalam pengembangan pembesaran jangkrik tersebut.

Selanjutnya terkait dengan media pemasarannya, selain dilakukan dengan mekanisme ekspansi pasar secara *on the spot*, juga dilakukan secara *online* dengan menggunakan *E-Commerce*. *E-Commerce* merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan transaksi melalui *E-Commerce* adalah untuk meningkatkan pendapatan dengan menggunakan penjualan *online* yang biayanya lebih murah dan akses 24 jam non stop sepanjang tahun dengan biaya terjangkau (Yulianto & Heryanto, 2019).

Manfaat *E-Commerce* bagi konsumen diantaranya (Suyanto, 2003) :

1. *E-Commerce* memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari di semua lokasi.
2. *E-Commerce* memberikan lebih banyak informasi secara detail atas pilihan produk dari banyak vendor kepada konsumen.
3. *E-Commerce* menyediakan perbandingan produk yang beragam kepada konsumen dengan cara melakukan pencarian secara cepat.
4. *E-Commerce* memperluas pangsa pasar.
5. *E-Commerce* menurunkan biaya produksi, distribusi, penyimpanan, dan pencarian informasi.
6. *E-Commerce* memperkecil biaya telekomunikasi.

p-ISSN 2715-1123, e-ISSN 2715-1131

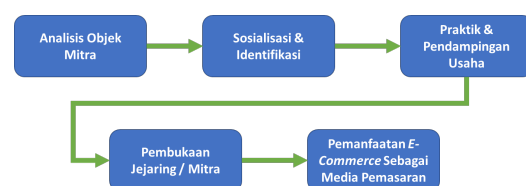
E-Commerce merupakan salah satu penerapan *Business To Customer (B3C)* yang memanfaatkan internet dan teknologi informasi dalam pemasaran produknya untuk bertransaksi secara langsung dengan konsumen (Mauluddin & Yulianto, 2019).

Berdasarkan analisis situasi di atas, tujuan pengabdian ini adalah untuk membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi mitra sebagai berikut:

1. Ketergantungan masyarakat mata pencaharian di sektor pertanian, sehingga terdapat risiko gagal tanam atau gagal panen. Belum adanya mata pencaharian alternatif bagi para petani yang menganggur dan belum memiliki pendapatan keluarga selain dari sektor pertanian sehingga menyebabkan permasalahan ekonomi.
2. Belum adanya program perintisan pemberdayaan ekonomi masyarakat sebagai upaya peningkatan pendapatan keluarga ke sektor lain dengan tidak meninggalkan mata pencaharian utama mereka sebagai petani.

METODE

Tahapan kegiatan PKM yang dilakukan dapat dilihat sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan PKM

1. Pada tahap analisis objek mitra, tim PKM berkomunikasi dengan pihak mitra yaitu masyarakat di sekitar Masjid Al Hikmah, Kampung Barukacang, Desa Karamatwangi, Cisurupan, Kabupaten Garut. Kegiatan ini melakukan persiapan administrasi kerjasama, wawancara, observasi sebagai bagian dari pengumpulan data, persiapan konsep hingga menganalisis situasi dan permasalahan masyarakat.

url: <http://journal.unla.ac.id/index.php/tribhakti>

2. Tahap sosialisasi dan identifikasi, merupakan tahap awal akan memulainya/merintis kegiatan dengan tujuan untuk memberikan informasi dan gambaran kegiatan kepada masyarakat yang ingin ikut berpartisipasi dengan tujuan untuk memperoleh mitra/warga yang berminat serius untuk mengikuti praktik dan pendampingan usaha budi daya jangkrik bersama UUM Al Hikmah.
3. Tahap Praktik dan Pendampingan Usaha, setelah melakukan identifikasi mitra yang terpilih akan dilakukan pelatihan cara beternak jangkrik yang baik yang akan dilakukan oleh UUM Al Hikmah dengan mendatangkan tenaga yang kompeten di bidangnya. Selanjutnya dilakukan adalah praktek langsung beternak jangkrik dimulai dari pembuatan kandang sampai dengan pembesaran sejak telur sampai dengan panen. Untuk sementara pembesaran jangkrik akan dilakukan oleh UUM Al Hikmah. Pendampingan usaha merupakan langkah purna program sebagai bentuk monitoring dan evaluasi program, serta pembinaan terhadap UUM Al Hikmah dan masyarakat. dalam rangka menunjang terciptanya unit usaha berbasis ekonomi syariah.
4. Tahap Pembukaan Jejaring / Mitra, untuk membuka jejaring atau mitra dengan masyarakat sekitar UUM Al Hikmah akan melakukan pelatihan dan bimbingan pola peternakan jangkrik yang baik dan sehat.
5. Tahap Penjualan & Pemanfaatan *E-Commerce* Sebagai Media Pemasaran, pada tahapan ini dilakukan penjualan hasil budidaya jangkrik ke para peternak burung dan tempat pembuatan obat tradisional di area sekitar, lalu diperkenalkan ke area di luar kampung dengan menggunakan media *E-Commerce*.

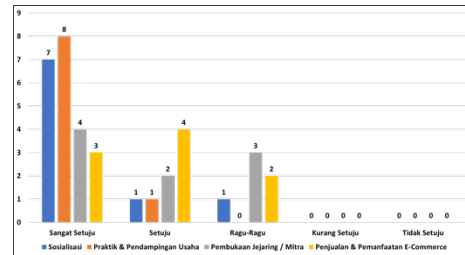
HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim PKM telah melakukan semua

p-ISSN 2715-1123, e-ISSN 2715-1131

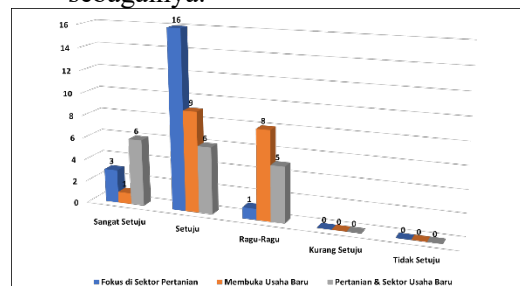
tahapan kegiatan dengan hasil dan pembahasan sebagai berikut :

1. Proses pengumpulan data yang dilakukan melalui kegiatan observasi dan wawancara mendapatkan hasil bahwa 83,33% narasumber setuju untuk bermitra dalam pelaksanaan PKM sesuai metode yang telah disepakati bersama sebagaimana Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Hasil Pengumpulan Data Awal

2. Dari kegiatan sosialisasi dan identifikasi terhadap 56 warga yang menghadiri acara kegiatan, diperoleh hasil bahwa 36 penduduk atau 64,29% masyarakat setuju sebagaimana gambar 3 di bawah ini, bahwa selain sektor pertanian, mereka harus berusaha di bidang lainnya sebagai mitigasi risiko atas gagal tanam atau gagal panen. Sayangnya masih ada 35,71% warga yang tetap bertahan dan fokus di sektor pertanian saja karena alasan usia dan sebagainya.



Gambar 3. Keinginan Warga Untuk Memiliki Peluang Usaha Baru

3. Pada tahap Praktik dan Pendampingan Usaha, terdapat beberapa kegiatan sebagai berikut :
 - a. Penentuan Lokasi yang pas untuk budidaya jangkrik, antara lain sebagai berikut (Praditya, 2003) :
 - i. Bebas dari gangguan predator

url: http://journal.unla.ac.id/index.php/tribhakti

- ii. Lokasi budidaya tenang, teduh dan mendapat sirkulasi udara yang baik.
 - iii. Tidak terkena sinar matahari secara langsung atau berlebihan.
 - iv. Jauh dari kandang ayam
 - v. Lokasi jauh dari sumber-sumber kebisingan seperti pasar, jalan raya dan lain sebagainya.
- b. Persiapan peralatan dan perlengkapan bisnis budidaya jangkrik. Dalam bisnis budidaya jangkrik membutuhkan beberapa peralatan penting seperti pembuatan kandang, sewa lahan, pengadaan bibit jangkrik, timbangan, bok jangkrik, terpal dan timba. Dengan adanya peralatan tersebut maka bisnis budidaya jangkrik makin maksimal (Soenanto, 1999).
 - c. Kegiatan Usaha Pembesaran Bibit Jangkrik, salah satu unit usaha yang akan dikembangkan adalah peternakan jangkrik untuk saat ini tahap awal adalah pembesaran jangkrik (mulai dari telur – panen) untuk selanjutnya atau rencana ke depan adalah pembibitan (telur) yang kan dilakukan oleh UUM Al Hikmah sebagaimana Gambar 4 berikut.

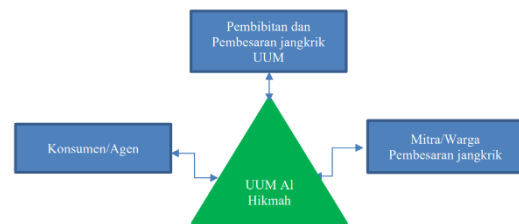


Gambar 4. Kegiatan Usaha Pembesaran Bibit Jangkrik

4. Tahap Pembukaan Jejaring / Mitra merupakan tahap yang menjanjikan. Untuk membuka jejaring atau mitra dengan masyarakat sekitar Unit Usaha Masjid akan melakukan pelatihan dan bimbingan pola peternakan jangkrik yang baik dan sehat, UMM Al Hikmah akan bermitra dengan pihak / ahli yang kompeten. Skema jejaring yang

p-ISSN 2715-1123, e-ISSN 2715-1131

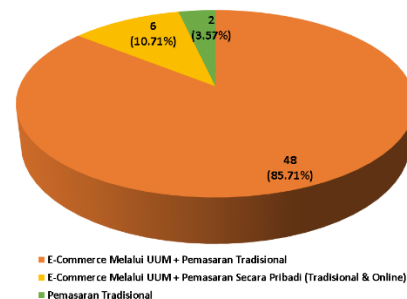
diharapkan dapat dilihat pada Gambar 5 di bawah ini.



Gambar 5. Diagram Pembukaan Jejaring / Mitra

Dapat dilihat dari gambar 5 di atas bahwa mitra / warga hanya terlibat pada proses pembesaran saja (telur-panen), UUM Al Hikmah akan menyediakan telur jangkrik dan pakan dan lainnya, sementara Kandang / Kotak untuk semestara harus disediakan oleh Mitra. Hasil panen tidak dapat dijual ke konsumen lain.

5. Pada Tahap Penjualan & Pemanfaatan *E-Commerce* sebagai media pemasaran disepakati bahwa 85,71% warga akan memanfaatkan UUM Al Hikmah sebagai pusat promosi dan pemasaran yang dilakukan secara *online*, 10,71% warga yang memiliki kapabilitas di bidang teknologi informasi dan komunikasi dan sisanya 3,57% lebih memilih pemasaran secara tradisional sebagaimana Gambar 6 berikut.



Gambar 6. Penjualan & Pemanfaatan *E-Commerce* Sebagai Media Pemasaran

Media *E-Commerce* yang akan digunakan sebagai media pemasaran terbagi menjadi dua jenis :

1. *E-Commerce* yang telah memiliki nama besar seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada dan BliBli. Akun yang digunakan yaitu dua orang staf di

url: <http://journal.unla.ac.id/index.php/tribhakti>

UUM Al Hikmah. Peta peringkat *E-Commerce* Indonesia berdasarkan rata-rata pengunjung *website* di setiap kuartal, ranking aplikasi, pengikut media sosial, dan jumlah karyawan dapat dilihat pada Gambar 7 berikut.

Toko Online	Pengunjung Web-Browser	Ranking Aplikasi	Ranking Pengikut	Penjual	Program	Alamat	Jumlah Karyawan
1 Shopee	12772500	1	1	132203	200000	14720	1999
2 Tokopedia	47660000	2	2	347351	147388	591440	386
3 Bukalapak	35763000	3	3	131113	38400	476	5072
4 L'voods	39291000	4	4	494071	102408	5700	506
5 HABA	34811000	5	5	499113	101100	16080	76

Gambar 7. Peringkat *E-Commerce* Indonesia
(Sumber : iprice, 2020)

- E-Commerce* yang akan dikembangkan oleh Tim PKM. *Framework E-Commerce* yang akan digunakan memakai *template Journal OpenCart*. *Journal* mencakup beberapa tingkat menu yang memungkinkan tim PKM membangun navigasi yang rumit dengan sub kategori yang tidak terbatas, desain responsif, latar belakang layar penuh yang juga dapat disesuaikan untuk mencakup tayangan *slide*, *custom product* seperti *Featured*, *Specials* dan *Bestsellers*. *Template* ini juga mencakup pilihan warna tak terbatas, pilihan untuk memodifikasi tema yang sudah ada sebelumnya dan menyimpannya,

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan PKM ini antara lain ketergantungan masyarakat pada mata pencaharian di sektor pertanian berkurang. Setidaknya 33,92% dari peserta sosialisasi telah memiliki usaha sampingan yang terbagi menjadi 24,42% usaha budidaya jangkrik dan sisanya tertarik mengembangkan usaha ternak burung, ikan dan perkebunan; dan 64,29% masyarakat tertarik untuk melakukan pemasaran hasil usahanya baik dari usaha pertanian maupun budidaya jangkrik yang ditekuninya melalui media *E-Commerce* yang dikelola secara terpusat oleh UUM Al Hikmah.

REFERENSI

- Price, 2020, *Telusuri Persaingan Toko Online Di Indonesia*, <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>, Diakses pada 25 April 2020
- Nawawi, Hadari., 2012, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta
- Praditya, A. A., 2003, *Optimalisasi Manajemen Pemeliharaan Jangkrik Kalung pada Masa Pembesaran*. Skripsi. Fakultas Peternakan, Bogor, Institut Pertanian Bogor
- Soenanto, H., 1999, *Kiat Sukses Beternak Jangkrik*, Aneka Ilmu, Semarang
- Suyanto, M, 2003, *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Andi Offset, Yogyakarta
- Yulianto, Erwin & Heryanto, Hery., 2019, *Rancang Bangun Perangkat Lunak E-Commerce Menggunakan Metode Market Basket Analysis*, Media Informatika Vol.18 No. 1, pp. 21-42
- Yulianto, Erwin & Mauluddin, Amras., 2019, *Penerapan E-Commerce Berbasis Business to Customer (B2C) Pada Industri Garment, Informatic, Science, Entrepreneur, Applied Art, Research, Humanism*, Vol. 18, No. 1, pp. 124-136