

PENDAMPINGAN PEMANFAATAN APLIKASI *ELECTRONIC SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* BAGI KELOMPOK UMKM KARTINI MANDIRI DI KABUPATEN JEPARA

Fatchur Rohman¹, Nur Aeni Widiastuti¹, Ahmad Saefudin^{1*}, Santi Andriyani¹

¹Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia

*ahmadsaefudin@unisnu.ac.id

Abstrak: Di era teknologi informasi yang terus berkembang, pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) perlu memanfaatkan aplikasi digital untuk membantu pemasaran dan pendistribusian produk bisnisnya. Masalah utama yang masih dihadapi pelaku UMKM adalah adanya penerapan model *single agent* sehingga pelaku usaha sangat bergantung kepada satu agen atau *reseller* dalam mendapatkan bahan baku produk. Proses pemasaran produk juga masih mengandalkan metode "dari mulut ke mulut" dan penyebaran *google form*. Pengabdian kepada masyarakat yang bermitra dengan Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara ini bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada mitra dalam proses produksi dan pemasaran produk melalui pendampingan pemanfaatan aplikasi *Electronic Supply Chain Management* (E-SCM). Pengabdian ini juga membekali pengetahuan dan keterampilan mitra dalam proses pemasaran komoditas dan pengelolaan keuangan. Metode yang digunakan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini adalah *Participation Action Research* (PAR) melalui studi pendahuluan, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa aplikasi E-SCM mampu mengatasi masalah utama mitra di bidang bahan baku, pemasaran, dan manajemen. Program pengabdian ini membantu angota Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara dalam mendapatkan informasi secara langsung dari pihak pertama sebagai pemasok bahan baku tanpa perantara. Aplikasi E-SCM juga membantu proses sinkronisasi pelbagai *platform marketplace* populer seperti Facebook, Shopee, dan Tokopedia.

Kata Kunci: *Electronic Supply Chain Management*, Jepara, pemasaran daring, UMKM

Abstract: In the information-technology era, the use of digital applications to help Small and Medium Enterprises (UMKM) in marketing and distributing their business products is necessary. A primary problem faced by UMKM is the implementation of a single agent model in which they rely on one agent or reseller in obtaining raw materials. This community service program in partnership with the association of UMKM Kartini Mandiri of Jepara aims to support the partners in the production process and product marketing through training in using *Electronic Supply Chain Management* (E-SCM) application in their business. It also equips the partners with knowledge and skills in the process of commodity marketing and financial management. The method used in this program was *Participation Action Research* (PAR) through preliminary studies, socialization, training, and mentorship. The results reveal that the E-SCM application can overcome the partners' problems to attain the raw materials, marketing, and management. This program helps the Members of the Kartini Mandiri Association to get information directly from the first party as a supplier of raw materials without intermediaries. The E-SCM application also helps in synchronizing various popular marketplace platforms such as Facebook, Shopee, and Tokopedia.

Keywords: *Electronic Supply Chain Management*, Jepara, online marketing, Micro Small Medium Enterprise

Pendahuluan

Perkembangan revolusi industri 4.0 dan era *society* 5.0 yang mengarah pada perkembangan teknologi membawa dampak bagi dunia industri terutama di sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Perekonomian di Kabupaten Jepara didukung oleh sektor Usaha Mikro

Kecil Menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu pendukung pembangunan perekonomian daerah dikarenakan jika terjadi resesi pada ekonomi dunia terutama indonesia tidak perdampak pada pelaku UMKM. Sehingga usahanya masih bisa berjalan dan berkembang dengan peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri skala kecil. Oleh sebab itu, untuk mendukung kemajuan pembangunan daerah dan keberlangsungan usaha UMKM tersebut harus bisa mengikuti perkembangan teknologi terutama di bidang bisnis digital (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Perkembangan peranan internet dalam dunia bisnis meningkat dengan pesat seiring dengan berkembangnya teknologi. Dengan adanya internet, komunikasi dan interaksi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Komunikasi dapat dilakukan di mana pun dan kapan pun tanpa ada batas waktu dan tempat apabila terdapat koneksi jaringan internet. Jumlah pengguna Internet sudah meningkat dengan pesat, baik itu pengguna individu maupun perusahaan. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, dari 266.91 jiwa jumlah populasi yang ada pengguna internet tahun 2019-2020 di Indonesia sejumlah 196.71 jiwa mengalami peningkatan sebesar 73,7 % dari survei tahun sebelumnya (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020).

Pengabdian ini berawal dari terpilihnya hasil penelitian unggulan Tim Pengabdi pada Tahun 2019 pada hibah Penelitian Dosen Pemula dengan judul "Teknologi Geolocation Berbasis Android dengan Metode K-Means untuk Pemetaan UMKM di Kabupaten Jepara". Pada penelitian yang dilakukan oleh (Azizah & Widiastuti, 2018) tentang pemetaan UMKM berbasis android yang ada di kabupaten Jepara yang sudah di clusterkan menjadi 6 yaitu gerabah dan genteng,monel, kain tenun troso, mebel, seni ukir dan patung, dan home industri serta pengenalan supply chain management. Dari hasil penelitian tersebut kajian ini bertujuan untuk melakukan hilirisasi hasil riset menjadi pengabdian kepada masyarakat umum, khususnya pada Kelompok UMKM Kartini Mandiri Jepara tentang *Electronic Supply Chain Management*.

Supply chain management merupakan salah satu proses yang penting dari sebuah bisnis yang bergerak di bidang manufaktur. Meskipun demikian, arah perkembangan *supply chain management* telah mengalami perubahan seiring dengan perkembangan internet yang menyebabkan perubahan dari konsep *supply chain management* (SCM) tradisional menjadi *electronic supply chain management* (eSCM). E-SCM merupakan kolaborasi penggunaan teknologi untuk meningkatkan kegiatan operasi *supply chain* dan manajemen *supply chain*. Adanya pemanfaatan teknologi internet dalam penerapan SCM berbasis web dapat menghubungkan dan mengintegrasikan antara pelanggan, perusahaan, dan pemasok secara *online* dan *real-time* yang dapat menghasilkan sebuah koordinasi lebih baik dari aliran material, informasi, dan keuangan antara pelanggan, perusahaan, dan pemasok dibandingkan dengan SCM tradisional yang belum menggunakan dan memanfaatkan internet dalam upaya pemenuhan pesanan. Menurut (Muhfiatun & Nugraha, 2019) supply chain management merupakan salah satu strategi dalam menghadapi persaingan global terutama di era revolusi industri 4.0

Potensi ekonomi warga yang bersumber dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia tak bisa dipandang remeh. Sektor UMKM mempunyai peran yang sangat strategis bagi pertumbuhan Ekonomi di Indonesia (Nasution, 2018) Dari 57.895.721 unit UMKM pada tahun 2013, proporsi kredit UMKM terhadap total kredit hingga tahun 2019, menurut catatan Biro Pusat Statistik (BPS) mencapai 1.098,14 Triliun rupiah (Biro Pusat Statistik, 2021). Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara yang didirikan oleh Ibu Tri Rusminingsih merupakan kelompok UMKM Kecamatan Se-Kabupaten Jepara yang memiliki lebih dari 80.000 pengusaha. Paguyuban UMKM ini menaungi aneka bisnis di antaranya usaha kuliner, *fashion*, jasa pengiriman, dan lasin sebagainya. Selain sebagai sumber mata pencaharian, pelaku bisnis yang tergabung dalam Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara memanfaatkan komunitas ini untuk saling berbagi informasi seputar usaha sesuai bidang bisnis masing-masing.

Permasalahan yang muncul pada pelaku UMKM adalah kesulitan dalam mendapatkan bahan baku. Salah satu penyebabnya ialah ketergantungan pemerolehan bahan baku dari *reseller* yang ruang lingkupnya sangat terbatas. Umumnya mereka hanya mengandalkan interaksi sosial dari teman-teman terdekat. Pelaku UMKM tidak bisa mendapatkan informasi secara langsung dari pemasok bahan baku. Keterbatasan informasi pembelian bahan baku pelaku UMKM membuat pelaku bisnis menerapkan model *single agent*, bahwa pelaku bisnis tidak berhubungan langsung dengan para pemasok secara langsung.

Masalah yang dihadapi pelaku bisnis dalam penerapan model *single agent* adalah pelaku bisnis sangat bergantung kepada satu agen/reseller. Seperti yang diutarakan Joseph Sarkis dan Srivinas Talluri dalam jurnalnya tentang "*A Model for Strategic Supplier Selection*", fungsi *purchasing* untuk beberapa waktu sekarang telah menjadi bagian yang sangat penting dalam manajemen rantai suplai komponen (Bhakti, 2018). Hal ini akan menjadi masalah di masa yang akan datang dikarenakan aliran informasi yang terdapat pada bagian upstream tidak berjalan lancar, tidak *realtime*, dan sering kali menyebabkan *redundancy* data. Selain itu, komunikasi yang dilakukan pengelola bisnis dalam berhubungan dengan pemasok dan pelanggan masih menggunakan telepon. Hal ini menyebabkan tingginya biaya komunikasi yang dikeluarkan oleh pihak pelaku bisnis. Sedangkan masalah yang dihadapi pada bagian *downstream* adalah proses pemesanan yang dilakukan oleh pelanggan berjalan lama, tingginya biaya komunikasi yang harus dikeluarkan pelanggan untuk menghubungi pihak pelaku bisnis UMKM, serta proses bisnis yang tidak terintegrasi dengan pemasok dan pelanggan mengakibatkan aktifitas bisnis menjadi lambat. Selain itu, pandemi covid-19 juga "memaksa" UMKM untuk beralih ke model pemasaran secara *online*. Sedangkan pelaku bisnis yang tergabung dalam Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara belum banyak menggunakan model pemasaran berbasis digital. Anggota UMKM juga mengalami kesulitan dalam pengelolaan keuangan sehingga usaha yang dijalankan masih mengalami kendala.

Dari deskripsi di atas, Tim Pengabdi menyimpulkan bahwa terdapat 4 permasalahan utama yang dihadapi oleh Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara. Di antaranya: 1) Pelaku UMKM kesulitan dalam mendapatkan bahan baku dikarenakan bahan baku berasal dari *reseller* yang dikenal saja tanpa bisa mendapatkan informasi secara langsung dari pemasok bahan baku, 2) Belum adanya aplikasi berbasis teknologi yang bisa menghubungkan pemasok dengan pelaku

UMKM. Selama ini interaksi mereka terbatas hanya mengandalkan *handphone*, 3) proses pemasaran belum menggunakan *internet marketing*, dan 4) Beberapa UMKM masih kesulitan dalam urusan pengelolaan keuangan.

Untuk mengatasi permasalahan di atas, keberadaan e-SCM dipandang efektif, utamanya untuk mengatasi problem manajemen rantai pasok (*supply chain management*) (Joni, 2018). Melalui E-SCM, pelaku bisnis UMKM diharapkan mampu memanfaatkan teknologi internet sebagai alat untuk menyatu-padukan pelbagai mitra kerja perusahaan. Khususnya yang berkelindan erat dengan sistem pemasokan bahan baku yang dibutuhkan pada fase produksi (Martasubrata & Priyadi, 2020). E-SCM juga dianggap efektif dalam membantu memudahkan aksesibilitas informasi tentang ketersediaan *stock* komoditas bagi mitra bisnis yang terlibat. Dengan kata lain, e-SCM membantu pelaku bisnis UMKM untuk melakukan efisiensi pemasaran rantai pasok produk (Utama et al., 2018). Keberhasilan pemanfaatan teknologi e-SCM di Jepara juga pernah dibuktikan oleh pelaku usaha Tenun Troso dalam memonitor pemasok dan distributor (Azizah & Pramandari, 2018). Sedangkan pada bidang pemasaran solusi yang ditawarkan adalah pelatihan internet marketing. Hal ini sesuai dengan survei yang dilakukan oleh (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020) tentang perkembangan teknologi dan jumlah pengguna internet yang ada di Indonesia serta keberhasilan pelaku UMKM didukung oleh ketepatan dalam pemilihan media promosi. Pemilihan media promosi yang baik adalah sesuai dengan perkembangan teknologi dan lingkungan usaha. Dengan internet marketing pelaku bisnis dapat melakukan *branding*, *sharing*, *selling*, dan promosi (Widiastuti et al., 2022; Widyaningrum & Bharata, 2017). Gambaran permasalan dan solusi yang ditawarkan pada pengabdian kepada masyarakat ini ada sebagaimana [Tabel 1](#).

Tabel 1. Permasalahan dan Solusi yang Ditawarkan

No	Permasalahan	Solusi
1	Pelaku UMKM kesulitan dalam mendapatkan bahan baku dikarenakan bahan baku diambil dari <i>reseller</i> yang dikenal saja tanpa bisa mendapatkan informasi langsung menuju kepada pemasok bahan baku	Pelatihan dan Pendampingan Aplikasi <i>Electronic Supply Chain Management</i> (e-SCM)
2	Pemasaran masih menggunakan metode "dari mulut ke mulut" dan <i>google form</i>	Pelatihan Internet Marketing untuk UMKM
3	Kesulitan dalam pengelolaan manajemen keuangan untuk keberlangsungan usahanya	Pelatihan pengelolaan manajemen untuk UMKM Mandiri

Berdasarkan paparan masalah dan kajian literatur terdahulu di atas, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: 1) Memberikan kemudahan kepada mitra dalam proses produksi dan pemasarannya melalui aplikasi e-SCM dan optimasi dengan menggunakan *internet marketing*, 2) Untuk memberikan pengetahuan kepada mitra dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan, dan 3) Untuk meningkatkan keterampilan mitra dalam melakukan pemasaran dan manajemen keuangan.

Metode

Metode yang digunakan dalam proses pengabdian kepada masyarakat dalam kajian ini adalah PAR (*Participatory Action Research*). Menurut (Setyaningsih & Asnawi, 2021) metode PAR lebih efektif karena lebih fokus kepada pelaku UMKM sehingga bisa lebih optimal dalam penyelesaian masalah yang ada dan mendukung peran aktif dari pelaku UMKM. Tim Pengabdi secara langsung melakukan analisis situasi mitra, menggali permasalahan dari mitra, berdiskusi dan menawarkan alternatif solusi yang diinisiasi oleh mitra, dan pada akhirnya solusi tersebut bermanfaat untuk mitra (Rahmat & Mirnawati, 2020). Mitra pengabdian kepada masyarakat dalam kesempatan ini adalah Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara. Sedangkan sasaran kegiatan sesuai dengan [Tabel 1](#) dan solusi atas permasalahan mitra sesuai [Tabel 2](#).

Tabel 2. Sasaran Kegiatan Mitra

Aspek Bisnis	Aktivitas
Bahan Baku	Menjalin kemitraan dengan toko yang mendukung untuk penyediaan bahan baku yang akan dimasukkan ke aplikasi e-SCM
Pemasaran	Untuk pemasaran menggunakan e-SCM dan dioptimasi dengan menggunakan aplikasi Facebook, Shopee, Tokopedia, Instagram, dan WA Business
Manajemen	Mengadakan pelatihan tentang pengelolaan keuangan mitra untuk keberlangsungan usahanya
SDM	Mengadakan workshop dan pendampingan penggunaan e-SCM, pemasaran melalui media sosial dan marketplace, strategi dalam menjalankan bisnis

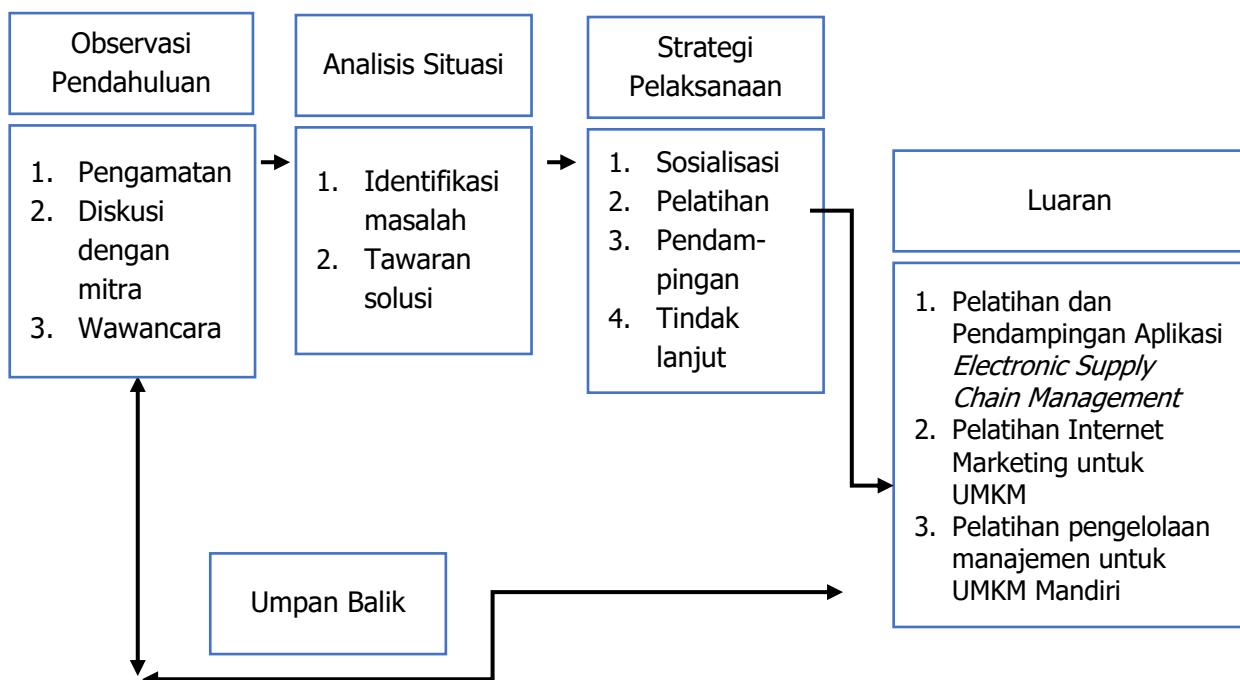
Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat dilaksanakan antara Tim Pengabdian Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara dengan mitra Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara. Kegiatan dilaksanakan pada tahun 2021. Strategi pelaksanaan pengabdian dilaksanakan secara bertahap yang dilakukan oleh 3 dosen dari Program Studi Akuntansi, Teknik Informatika, dan Pendidikan Agama Islam, serta dibantu oleh 2 orang mahasiswa. Adapun strategi yang dilakukan untuk kegiatan Pengabdian kepada masyarakat adalah:

- 1) Sosialisasi Kegiatan. Kegiatan ini bertujuan untuk menyosialisasikan program pengabdian kepada mitra Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara.
- 2) Pelatihan penggunaan Aplikasi E-SCM. Pelatihan pertama tentang sosialisasi aplikasi E-SCM dan Bimbingan teknis penggunaan E-SCM bagi mitra Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara.
- 3) Pelatihan *internet marketing*. Kegiatan ini berisi tentang perpaduan antara penggunaan aplikasi E-SCM dengan aplikasi jejaring dan bisnis *online* yang sering digunakan oleh pengguna seperti Facebook, Instagram, Shopee, Tokopedia, dan WhatsApp
- 4) Pelatihan pengelolaan manajemen keuangan mitra. Kegiatan tentang konsep, tips, dan trik dalam pengelolaan keuangan mitra untuk keberlangsungan usaha bisnis.
- 5) Penerapan Teknologi. Pada tahap ini, mitra paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara mengimplementasikan aplikasi E-SCM mulai dari membuat akun, mengunggah foto produk,

membuat deskripsi, metode pembayaran, serta akhir transaksi yang bisa mengarah ke aplikasi Shopee, Tokopedia, dan Whatsapp.

- 6) Pendampingan. Setelah mitra berhasil memanfaatkan aplikasi E-SCM, Tim Pengabdi tetap melakukan pendampingan terhadap pelaksanaan program agar kegiatan ini tetap berjalan sesuai dengan capaian yang diharapkan.
- 7) Keberlanjutan. Pada tahap ini, mitra bisa menerapkan E-SCM di masing-masing UMKM. Dalam jangka panjang, mitra bisa menginformasikan aplikasi E-SCM kepada UMKM lain di luar Paguyuban Kartini Mandiri Jepara.

Alur metode pelaksanaan pengabdian secara rinci dapat dilihat pada [Bagan 1](#) berikut:



Bagan 1. Alur Pelaksanaan Pengabdian

Pada [Bagan 1](#) merupakan alur atau tahapan dalam kegiatan pengabdian yang berasal dari hasil penelitian kemudian dirumuskan analisis situasi pada mitra mulai dari kondisi mitra, masalah yang ada serta solusi yang ditawarkan. Ketika solusi didapat kemudian tahap berikutnya adalah strategi dalam pelaksanaannya meliputi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dan tindak lanjut. Luaran dalam kegiatan ini adalah pelatihan dan pendampingan aplikasi *E-SCM*, Pelatihan Internet Marketing untuk UMKM, dan Pelatihan pengelolaan manajemen untuk UMKM Mandiri pada kegiatan ini membutuhkan umpan balik dari mitra.

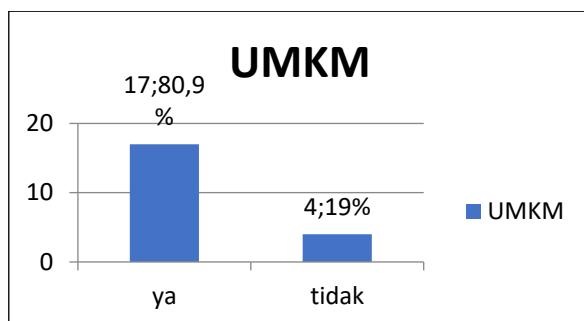
Hasil dan Pembahasan

Pada peningkatan pemberdayaan mitra meliputi peningkatan pengetahuan dan peningkatan keterampilan mitra melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan. Sebelum pelaksanaan pelatihan, Tim Pengabdi mengadakan sosialisasi kegiatan kepada mitra pada tanggal 22 Desember 2021 yang diwakili oleh Ibu Tri Rusminingsih ([Gambar 1](#)). Respons dari pihak mitra, yaitu Paguyuban UMKM Kartiuni Mandiri Jepara sangat positif dalam mendukung

kegiatan ini. Dari hasil identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian, kemudian dilakukan pelatihan dan pendampingan, penerapan teknologi, monitoring dan evaluasi. Berikut deskripsi pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan.

Pelatihan dan pendampingan Aplikasi E-SCM

Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 23 Desember 2021 yang dihadiri oleh perwakilan Paguyuban UMKM Kartini Mandiri yang berjumlah 30 orang ([Gambar 2](#)). Narasumber kegiatan adalah Bapak Fatchur Rohman, SE. M.Pd. M.Si., CADE., CAAT. Menurutnya, perkembangan teknologi dan adanya revolusi industri 4.0 dan era *society*5.0 mengarahkan pelaku UMKM untuk melek digital. Harapannya, pelaku bisnis UMKM yang selama ini masih menggunakan model produksi dan pemasaran secara manual sedikit demi sedikit bisa beralih ke bisnis berbasis digital. Dampak yang ditimbulkan dari bisnis digital ini sangat besar untuk keberlangsungan usaha UMKM. Utamanya agar eksistensi usaha tetap terjaga di tengah badai pandemi Covid-19. Respons dari peserta UMKM sangat baik dan mendukung untuk beralih ke bisnis digital. Hal ini sebagaimana hasil analisis yang dilakukan oleh tim pengabdi saat observasi terhadap mitra sebagaimana dalam [Grafik 1](#).



Grafik 1. Sinergi Mitra dengan UMKM

Dari [Grafik 1](#) di atas, responden menunjukkan minat yang sangat serius dalam upaya pengembangan UMKM berbasis digital yang berjumlah 17 orang atau 80,9%. Sedangkan yang tidak berminat hanya 4 orang atau 19%. Oleh karenanya, tim pengusul memperkenalkan aplikasi e-SCM sebagai pengganti aplikasi *google form* yang selama ini digunakan oleh mitra pengabdian.

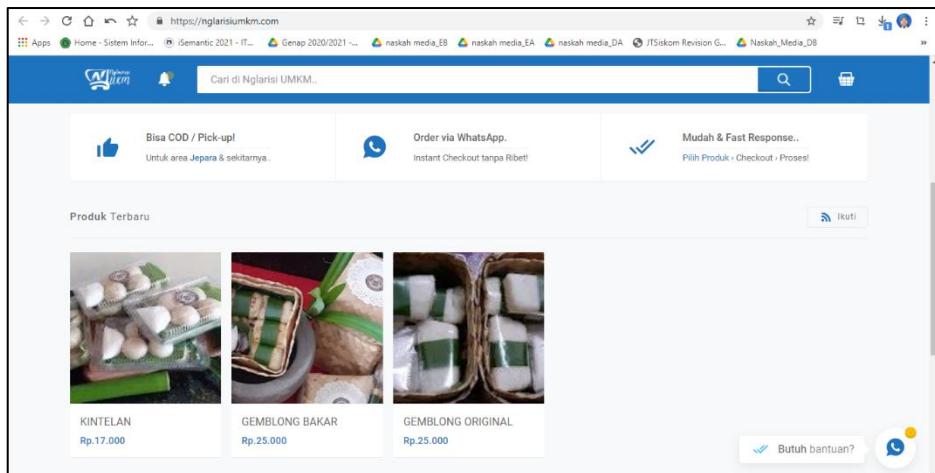


Gambar 1. Sosialisasi kegiatan Tim Pengabdi dengan mitra Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara



Gambar 2. pelatihan dan pendampingan Aplikasi E-SCM

Sebelumnya, mitra pengabdian sudah menggunakan aplikasi digital dengan menggunakan *googleform* yang diberi nama *nclarisi UKM*. Akan tetapi, media digital ini hanya bisa diakses oleh pengguna akun sehingga ruang lingkupnya sangat terbatas. Oleh sebab itu, diharapkan dengan aplikasi e-SCM ini, akan terjadi peralihan dari menu yang ada di *google form*, kemudian dikembangkan dalam bentuk *platform* digital yang lebih baik berbasis internet dengan nama *nclarisiumkm.com*. Adapun tampilan e-SCM sebagaimana pada [Gambar 3](#).



Gambar 3. Tampilan Aplikasi *Electronic Supply Chain Management*

Pelatihan *Internet Marketing*

Setelah selesai melaksanakan pelatihan aplikasi e-SCM, Tim Pengabdi melanjutkan agenda berikutnya yaitu pelatihan *internet marketing*. Pelatihan lanjutan ini penting bagi peserta untuk melakukan sinkronisasi aplikasi e-SCM dengan aplikasi *marketplace* lain seperti Shopee, Tokopedia, Instagram dan WhatsApp. Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 24 Desember 2021 dengan jumlah peserta 30 orang dengan narasumber Nur Aeni Widiastuti, M.Kom ([Gambar 4](#)). Materi yang disampaikan tentang pengenalan *internet marketing*, cara optimasi, dan studi kasus bagi UMKM yang mengalami kendala dalam melakukan sinkronisasi *internet marketing* ke *platform marketplace* seperti shopee, tokopedia, instagram dan WhatsApp.



Gambar 4. Pelatihan *Internet Marketing*

Pelatihan Pengelolaan Manajemen Keuangan

Untuk menunjang SDM pelaku bisnis dalam Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara, setelah pelatihan *intrenet marketing* selesai, maka dilanjutkan dengan pelatihan pengelolaan manajemen keuangan secara sederhana. Narasumber pengabdian pada kegiatan ini adalah Yanto, SE., M.S.I. Gambaran pelaksanaan kegiatan pelatihan pengelolaan manajemen keuangan sebagaimana [Gambar 5](#).



Gambar 5. Pelatihan Pengelolaan Manajemen Keuangan

Penerapan Teknologi

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan bimbingan teknis kepada mitra yang didampingi oleh tim ahli yaitu Noor Azizah, M.Kom. Agenda ini dilaksanakan pada tanggal 24 Desember 2021 berlokasi di *gallery* Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara ([Gambar 6](#)).



Gambar 6. Kegiatan Bimbingan dan Teknis penerapan aplikasi E-SCM

Kegiatan pelatihan dan pendampingan pengabdian kemitraan masyarakat ini dipublikasikan di media cetak Jawa Pos yang terbit pada tanggal 24 Desember 2021 ([Gambar 7](#)). Publikasi ini berupa cetak dan *online*. Versi online bisa di akses pada tautan <https://radarkudus.jawapos.com/jepara/24/12/2021/unisnu-jepara-adakan-program-pengabdian-e-scm-bagi-umkm/>

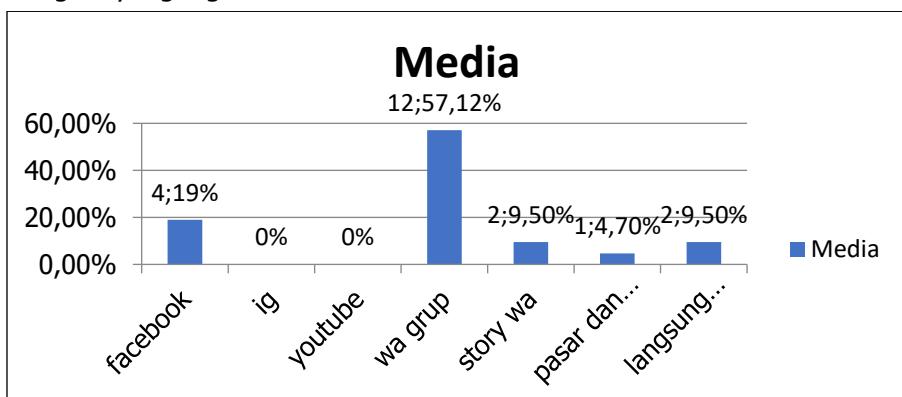


Gambar 7. Publikasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Koran Jawa Pos

Berikut ini ditampilkan hasil evaluasi dan monitoring kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan teknik kuesioner. Hasil kuesioner untuk melihat kondisi mitra sebelumnya yang berkaitan dengan pengalaman bisnis dengan internet marketing dan E-SCM.

1. Pra kegiatan

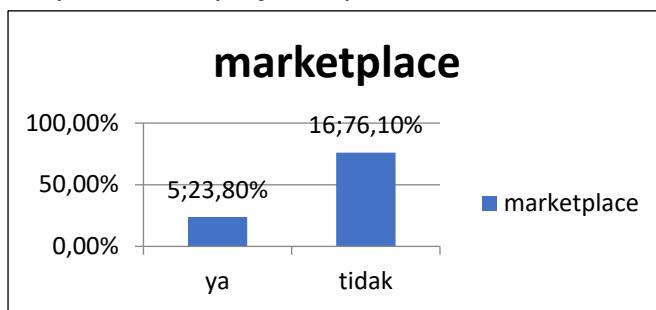
a) Platform digital yang digunakan oleh mitra



Grafik 2. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Produk

Dari [Grafik 2](#) di atas, bisa dilihat bahwa sebanyak 57,10% atau 12 orang menggunakan WA group dalam promosi penjualan. Selebihnya menggunakan media Facebook sebanyak 4 orang (19%), story WA 2 orang (9,5%), langsung mendatangi pedagang sejumlah 2 orang (9,5%), dan melalui pasar dan toko sekitar 1 orang (4,7%).

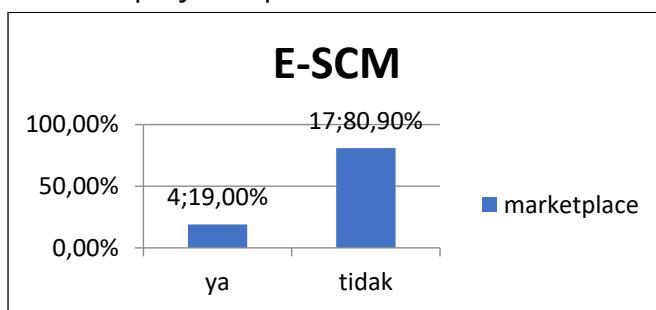
b) Penggunaan *market place* dalam penjualan produk



Grafik 3. Pemanfaatan *Marketplace* dalam penjualan Produk

Grafik 3 di atas menunjukkan hanya 5 atau 23,80% mitra yang sudah menggunakan aplikasi *marketplace* dalam penjualan produk UMKM. Sedangkan responden yang lain sebanyak 16 orang atau 76,10% belum menggunakan aplikasi *marketplace*.

c) Penggunaan E-SCM dalam penjualan produk

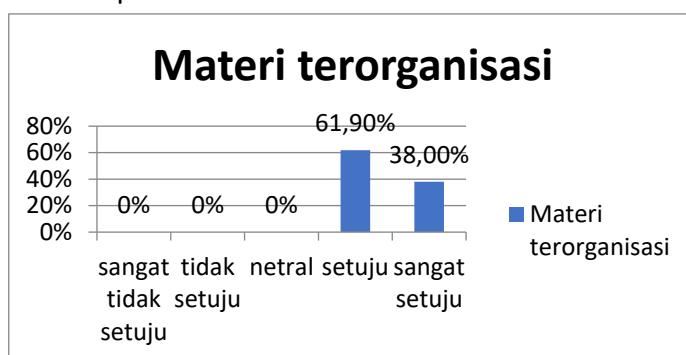


Grafik 4. Penggunaan E-SCM dalam penjualan produk

Grafik 4 di atas menunjukkan bahwa hanya 4 orang atau 19% yang menggunakan platform digital berbasis E-SCM dalam penjualan produk UMKM. Sementara 17 orang lainnya (80,9%) belum memanfaatkan E-SCM.

2. Pasca Kegiatan

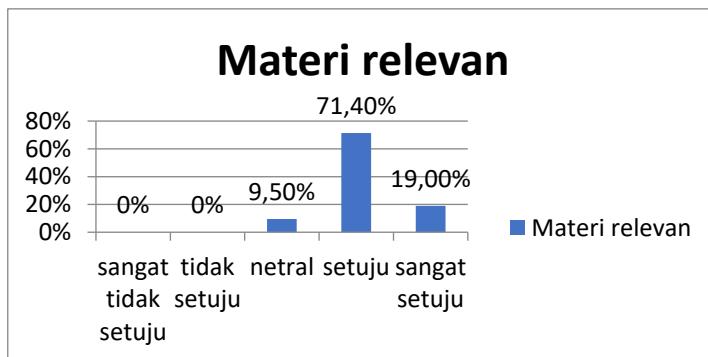
a) Aspek organisasi materi pelatihan



Grafik 5. Organisasi Materi Pelatihan

Berdasarkan hasil kuesioner pada Grafik 5 di atas, menunjukkan 61,90% atau 13 orang setuju bahwa materi terorganisir dengan baik, dan 8 orang atau 38% menyatakan sangat setuju.

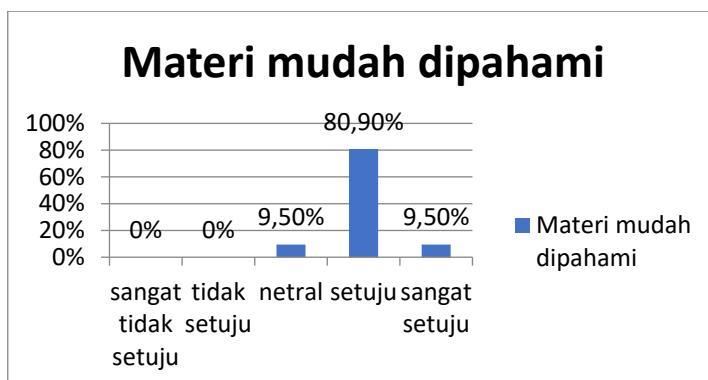
b) Aspek Relevansi Materi Pelatihan



Grafik 6. Relevansi Materi Pelatihan

Hasil kuesioner pada **Grafik 6** menunjukkan bahwa sebanyak 4 orang (19%) sangat setuju bahwa materi yang disampaikan oleh narasumber relevan dengan kebutuhan mitra pengabdian. Sedangkan sebanyak 15 orang atau 71.40% menyatakan setuju dan 9.50% atau 2 orang menyatakan netral.

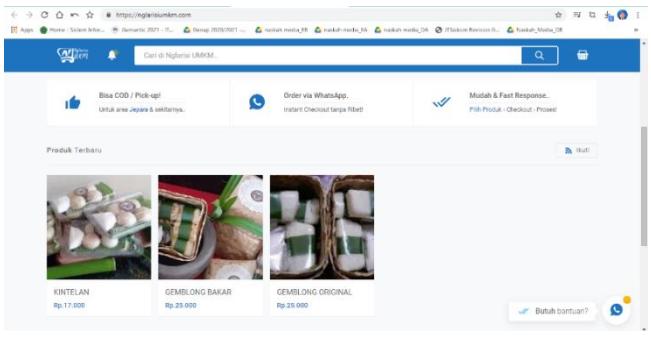
c) Aspek Kompleksitas Materi Pelatihan



Grafik 7. Kompleksitas Materi Pelatihan

Grafik 7 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 80.90% atau 17 mitra menyatakan materi mudah dipahami, sedangkan sebanyak 9.50% atau 2 mitra menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 9.50% atau 2 mitra menyatakan netral.

Tabel 3. Komparasi antara Pra dan Pascakegiatan

Pra Kegiatan	Pasca Kegiatan
Penjualan Produk Menggunakan Google Form	Implementasi E-SCM bagi Mitra
 <p>Nglarisi Produk UMKM Jepara (Mudah, Murah, Barokah)</p> <p>Platform Digital Belanja Produk UMKM Jepara Tinggal Scan Barcode Langsung Kami Antar.</p> <p>GARA NGLARISI:</p> <ol style="list-style-type: none"> Scan Barcode Nglarisi UMKM Lewat Browser (Google, Chrome, Brower). Isi Data Pesanan Anda. Pilih Produk UMKM yang ingin dibeli. Pilih Metode Pembayaran (COD, Transfer, OVO). Bakule (Penjual) Akan Mengkonfirmasi Pesanan Anda. Anda Tinggal Duduk Manis, Pesanan Anda Langsung Dilirik. <p>SELAMAT NGLARISI !!!</p> <p>MONGGO SESARENGAN NGLARISI PRODUK UMKM JEPARA</p> <p>Hanya 4 orang yang menggunakan market place</p>	 <p>Scara tersistem semua produk mitra sudah masuk pada web berbasis E-SCM</p>

d) Dampak Ekonomi dan Sosial

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sangat berdampak terhadap bidang ekonomi dan sosial mitra. Dampak tersebut dapat dilihat dari [Tabel 3](#) dan [Tabel 4](#) melalui peningkatan yang terjadi sebelum dan setelah pelaksanaan.

Tabel 4. Peningkatan Manfaat yang diperoleh Mitra

No	Aspek Ekonomi dan Sosial	Sebelum Pelaksanaan PPM	Setelah Pelaksanaan PPM	Peningkatan (%)
1	Peningkatan pengetahuan mitra tentang e-SCM	Ada berupa <i>google form</i>	Ada aplikasi e-SCM berbasis web	100
2	Peningkatan Ketrampilan Mitra	Bisa hanya Facebook, Shopee	Facebook, Shopee, e-SCM	150

Dari [Tabel 4](#) di atas, pengetahuan mitra tentang E-SCM meningkat tajam sebanyak 100%. Hal ini diukur dari hasil instrumen angket yang diberikan oleh Tim Pengabdi mengenai pemanfaatan aplikasi digital. Sebelum pelaksanaan pengabdian, mitra hanya memanfaatkan aplikasi *google form*, sedangkan setelah proses kegiatan PkM, mitra mulai menggunakan aplikasi E-SCM berbasis website. Begitu juga dalam aspek peningkatan keterampilan mitra dalam menggunakan aplikasi digital. Peningkatannya sebesar 150%. Hal ini berdasarkan hasil angket yang diberikan oleh Tim Pengabdi kepada mitra yang menunjukkan bahwa sebelum proses pelaksanaan pengabdian, mitra hanya menggunakan aplikasi Facebook dan Shopee. Setelah proses pengabdian, mitra menambahkan aplikasi E-SCM sebagai instrumen pemasaran produk.

Kesimpulan

Dari proses pengabdian kepada mitra, yaitu Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa masalah prioritas yang mampu diselesaikan adalah bidang bahan baku, pemasaran dan manajemen. Metode pelaksanaan pengabdian meliputi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, penerapan teknologi, monitoring, evaluasi, dan tindak lanjut. Pemanfaatan aplikasi E-SCM sangat efektif bagi mitra terutama untuk mengatasi kesulitan dalam mendapatkan bahan baku. Pelaku bisnis UMKM dapat memperoleh informasi secara langsung dari pemasok bahan baku. Aplikasi E-SCM juga memudahkan pelaku bisnis UMKM untuk melakukan sinkronisasi dengan pelbagai *platform marketplace* seperti Facebook, Shopee, dan Tokopedia.

Kendala yang dihadapi oleh Tim Pengabdi dalam rangkaian pelaksanaan program pengabdian ini adalah keterbatasan waktu kegiatan, foto produk komoditas mitra yang masih seadanya sehingga kurang menarik untuk dijadikan alat promosi, dan keterbatasan pemahaman mitra dalam pemanfaatan alat teknologi informasi. Ke depan, mitra diharapkan terus meningkatkan keterampilan di bidang bisnis digital. Selain aplikasi E-SCM, mitra juga bisa mencoba *platform* lain sejenis yang bisa membantu pemasaran dan manajemen produk. Juga diperlukan dukungan pemerintah untuk mendukung produk UMKM agar bisa didistribusikan secara *online*.

Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdi berterima kasih kepada pelbagai pihak yang telah mendukung suksesnya agenda pengabdian kepada masyarakat ini. Di antaranya yaitu Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Unisnu Jepara, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, dan Paguyuban UMKM Kartini Mandiri Jepara. semoga hasil pengabdian ini bermanfaat.

Referensi

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020*, 1–146. Diakses di <https://apjii.or.id/survei>
- Azizah, N., & Pramandari, V. D. (2018). Implementasi Supply Chain Management Pada UMKM Tenun Troso Jepara. *NJCA (Nusantara Journal of Computers and Its Applications)*, 3(1), 11–16. <https://doi.org/10.36564/njca.v3i1.65>
- Azizah, N., & Widiastuti, N. A. (2018). Teknologi Geolocation Berbasis Android dengan Metode K-Means untuk Pemetaan UMKM di Kabupaten Jepara. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 8(2), 218. <https://doi.org/10.21456/vol8iss2pp218-224>
- Bhakti, D. D. (2018). Simulasi Berbasis Multi-Agent Cerdas Untuk Pemilihan Supplier Berdasarkan Multi-Issue Negotiation. *Jurnal Petik*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.31980/jpetik.v1i1.53>
- Biro Pusat Statistik. (2021). *Proporsi Kredit UMKM Terhadap Total Kredit (Triliun Rupiah)*. Jakarta.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Joni, I. D. M. A. B. (2018). Analisa Implementasi E-Scm Pada Model Bisnis Distribution Outlet (Distro). *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 15(1), 146–156. <https://doi.org/10.23887/jptk-undiksha.v15i1.12739>
- Martasubrata, M. F., & Priyadi, Y. (2020). Analisis Kesiapan UMKM Dalam Mengadopsi E-SCM Melalui Kolaborasi Technology Acceptance Model dan Data Flow Diagram di UMKM Clothing Line Lokal Bandung. *Sosiohumanitas*, 21(2), 108–115. <https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v21i2.1249>
- Muhfiatun, M., & Nugraha, M. R. (2019). Penerapan Konsep Suply Chains Management Dalam Pengembangan Pola Distribusi Dan Wilayah Pemasaran UMKM Desa Krampilawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 2(2), 357–382. <https://doi.org/10.14421/jpm.2018.022-08>
- Nasution, D. S. (2018). Peningkatan Kapasitas Manajemen Usaha Bagi Pelaku Usaha Sektor Industri UKM Roti Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Menuju Industri Mandiri. *TRANSFORMASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 14(1), 27–34. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v14i1.572>
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), 62–71. <https://doi.org/10.37905/aksara.6.1.62-71.2020>
- Setyaningsih, N. D., & Asnawi, N. (2021). Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Melalui Koperasi Syariah: Pendekatan Participatory Action Research. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 124–143. <https://doi.org/10.51339/khidmatuna.v2i1.199>
- Utama, A. A. G. S., Arista, D., Alvaro, H., & Fachruddin, A. (2018). E-Supply Chain Management : Efisiensi Pemasaran Rantai Pasok. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, Dan UMKM*, 1(2), 1–7. Diakses di <https://ibn.e-journal.id/index.php/JIBPU/article/view/109>
- Widiastuti, N. A., Zainudin, A., Filza, D. L., Prayoga, A. P., & Muzakki, A. (2022). Pelatihan Digital Marketing Berbasis Instagram di CV. Karunia Barokah Jepara. *Abdimas Universal*, 4(1), 28–33. Diakses di <http://abdimasuniversal.uniba-bpn.ac.id/index.php/abdimasuniversal/article/view/155>

Widyaningrum, P. W., & Bharata, W. (2017). Workshop Internet Dan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Kelompok Pengusaha Muda Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ADIMAS*, vol 1 No 1, 1–7. <http://dx.doi.org/10.24269/adi.v1i1.410>