

Pemanfaatan Platform Digital E-commerce Tiktok & Shopee Affiliate dalam Manajemen Resiko dan Ketahanan UMKM Budidaya Jangkrik dan Usaha Dimsum

Syafran Nurrahman¹, Aep Saefullah², Rasmawati AR³, Ronny Marthin Sitohang⁴, Riawan Syaputra⁵, Melati Puspita Hakim⁶

¹⁻² Manajemen, STIE Ganesha, Jakarta

³⁻⁶ Akuntansi, STIE Ganesha, Jakarta

Penulis korespondensi : Syafran Nurrahman

E-mail : syafran@stieganessa.ac.id

Diterima: 01 Juni 2024| Direvisi: 15 Juni 2024| Disetujui: 15 Juli 2024

Abstrak

Di tengah menurunnya produktivitas UMKM yang menyebabkan turunnya profit penjualan, terdapat ancaman signifikan bagi pemilik usaha baik skala besar maupun kecil. Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk meminimalkan risiko dan menjaga ketahanan usaha agar UMKM tetap beroperasi dengan baik dan mendapatkan profit yang sesuai. Masalah ini dialami oleh Pak Jhandriansyah, pemilik usaha dimsum dan budidaya jangkrik di wilayah Pondok Benda, Pamulang, yang menghadapi kendala dalam pemasaran produk jangkrik dan dimsum. Tujuan dari kegiatan ini adalah membantu pemilik usaha melakukan inovasi digitalisasi UMKM budidaya jangkrik dan produksi dimsum dengan memanfaatkan platform digital e-commerce Tiktok dan Shopee Affiliate. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital e-commerce Tiktok dan Shopee Affiliate diharapkan dapat membantu Pak Jhandriansyah menghindari kerugian dan kebangkrutan di bidang budidaya jangkrik dan produksi dimsum, serta meningkatkan relasi penjual dari seluruh penjuru dalam negeri bahkan luar negeri.

Kata kunci: UMKM; Budidaya Jangkrik; Dimsum, E-commerce; Shopee Affiliate; Tiktok Affiliate.

Abstract

Amid declining productivity in MSMEs that leads to decreased sales profit, there is a significant threat to business owners of both large and small scales. Therefore, a strategy is needed to minimize risk management and maintain business resilience so that MSMEs can continue to operate well and achieve the appropriate profit. This issue is experienced by Mr. Jhandriansyah, the owner of a dim sum and cricket farming business in the Pondok Benda, Pamulang area, who faces challenges in marketing his cricket and dim sum products. The purpose of this research is to assist the business owner in innovating the digitalization of MSME cricket farming and dim sum production by utilizing the digital e-commerce platforms Tiktok and Shopee Affiliate. The research methods used include observation, interviews, and documentation. The conclusion drawn from this research is that utilizing the digital e-commerce platforms Tiktok and Shopee Affiliate is expected to help Mr. Jhandriansyah avoid losses and bankruptcy in cricket farming and dim sum production, as well as to enhance seller relations both domestically and internationally.

Keywords: Cricket Farming; Dim Sum; E-Commerce; Shopee Affiliate; Tiktok Affiliate.

PENDAHULUAN

Perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan teknologi elektronik, memasarkan barang atau jasa menggunakan web atau aplikasi yang terhubung dengan internet dan diakses secara oleh pengguna atau pembeli dan semua transaksi mulai dari pencarian, pemesanan, dan pembayaran bisa dilakukan dengan online. Perkembangan teknologi mempunyai peranan yang sangat penting untuk menunjang

kemudahan untuk melakukan berbagai kegiatan. Banyak berbagai aplikasi tercipta untuk memfasilitasi pelaku usaha untuk bekerja sama dalam mengembangkan usahanya. Dengan cara mempromosikan dan melakukan transaksi secara online yang sering disebut dengan ekonomi digital (Mulasih & Saefullah, 2024). Pada digital ekonomi terdapat istilah digital Disruption yang menjadi penyebab adanya model bisnis digital. *Digital Disruption* tersebut menjelaskan adanya suatu pembaruan dalam model usaha saat teknologi digital memberikan pengaruh besar terhadap perubahan nilai dalam transaksi usaha (ANTINI, 2023).

Platform Digital adalah sebuah wadah yang menjadi sebuah tempat untuk dapat bertemunya penyedia atau pembuat isi konten dengan pengunjung atau pemirsanya, secara online (Azzahra et al., 2024). Hal inilah yang menjadi daya tarik digunakannya platform digital karena dapat diakses secara mudah, praktis, dimanapun, dan kapanpun. Platform digital menawarkan kemudahan bagi penyedia dan pengguna, oleh karena itu saat ini platform-platform digital hadir dengan fitur yang mengedepankan kebutuhan penggunanya, contoh platform digital : Platform berbelanja, misalnya Lazada, Shopee, dan Tokopedia, Platform membaca dan menulis novel, misalnya Storial, Cabaca, Esentral, dan Rakata dan Platform media sosial, misalnya Facebook, Instagram, Tiktok, dan Youtube (Victa, 2022).

Electronic commerce atau *e-commerce* adalah suatu proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya dilakukan secara online melalui media elektronik. *e-commerce* adalah transaksi business to business yang terjadi dengan perantara jaringan internet (Tafsiruddin et al., 2024). Dalam dunia perdagangan, *e-commerce* menawarkan banyak perubahan. Proses jual beli tidak lagi membutuhkan pertemuan tatap muka seperti pada toko konvensional. Penjual dan pembeli hanya perlu melakukan proses transaksi online. Transaksi terjadi secara lebih efisien dan cepat, apalagi dengan integrasi berbagai sistem pembayaran yang semakin dimudahkan dengan adanya teknologi API (developers.bri.co.id, 2024).

E-commerce di Indonesia meningkat tajam setelah pandemi. Pada awal tahun 2020, transaksi bisnis online meningkat sekitar 33% dengan nilai yang fantastis. Nilainya dari 253 triliun rupiah dengan cepat meningkat menjadi 337 triliun rupiah. Laporan yang dirilis oleh Google, Bain, dan Temasek menyebutkan bahwa telah terjadi peningkatan durasi untuk akses platform *e-commerce* pada Oktober 2020 yang tadinya hanya 37 jam meningkat menjadi 47 jam sehari. Peningkatan transaksi *e-commerce* ini diproyeksikan akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tentu saja peningkatan ini ada andil dari pemerintah yang turut mendorong perkembangan teknologi dan digital banking (developers.bri.co.id, 2024).

Program affiliate telah menjadi salah satu cara yang populer bagi individu untuk menghasilkan uang secara daring dengan mempromosikan produk atau layanan tertentu melalui platform digital (Candra et al., 2024). Dua platform yang menonjol dalam dunia afiliasi saat ini adalah Shopee dan TikTok. Shopee, sebagai salah satu platform *e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara, menawarkan program affiliate yang memungkinkan afiliator mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk-produk yang terdaftar di platform Shopee. Di sisi lain, TikTok, sebagai platform media sosial yang populer di kalangan generasi muda, juga memiliki program afiliasi yang memungkinkan pengguna untuk mendapatkan penghasilan dengan membuat konten yang mempromosikan produk (Zahro, 2024).

Manajemen resiko menurut (Yuswardi, et al 2022) merujuk pada upaya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau pengusaha untuk mengurangi risiko dengan menganalisis, mengidentifikasi, dan menangani risiko yang mungkin terjadi dalam Pemanfaatan *Platform Digital E-commerce* Tiktok & Shopee *Affiliate* dalam Manajemen Resiko dan Ketahanan UMKM Budidaya Jangkrik dan Usaha Dimsum

berbagai kegiatan perusahaan. Manajemen risiko merupakan sistem terstruktur yang digunakan untuk mengelola ketidakpastian terkait ancaman potensial. Proses ini mencakup langkah-langkah seperti mengevaluasi risiko, merancang strategi penanganannya, dan mengurangi risiko dengan menggunakan sumber daya yang tersedia (Novia Rilyani, et al, 2015).

Penerapan manajemen risiko di perusahaan memiliki beberapa keuntungan, antara lain (Suhaimi, A., 2020) : 1) Perusahaan memiliki dasar yang kokoh untuk melakukan setiap keputusan, oleh sebab itu pengelola lebih waspada serta mempertimbangkan setiap berbagai faktor pada pengambilan keputusan. 2) Membimbing perusahaan dalam memahami dampak- dampak yang mungkin timbul baik dalam waktu dekat maupun waktu yang lebih lama. 3) Memotivasi pengelola agar menghindar dari kerugian terutama dalam hal keuangan. 4) Perusahaan dapat mengurangi risiko kerugian secara minimal. 5) Dengan memanfaatkan prinsip manajemen risiko secara terperinci, perusahaan membangun arah dan mekanisme yang berkelanjutan. Melalui penerapan manajemen risiko, dapat diidentifikasi peristiwa-peristiwa yang memunculkan risiko (Kustina et al., 2022).

Setelah identifikasi dilakukan, konsekuensi dari setiap kejadian dapat diketahui sehingga dampak dari kemungkinan risiko dapat diperkecil (Saifulloh et al., 2023). Tujuan manajemen risiko adalah untuk menghilangkan dampak negatif dari berbagai jenis risiko terhadap hasil ekonomi perusahaan sesuai dengan persyaratan hukum yang terbukti ketika area resiko hukum ditinjau (Agustina et al., 2023). Perusahaan berusaha untuk memusatkan manajemen resiko dan mengembangkan sistem manajemen yang terintegrasi, dengan fokus pada pengendalian internal dan perubahan proses untuk menghilangkan resiko. Di samping itu, perusahaan juga perlu mengenali jenis resiko baru yang belum pernah dipantau dan dinilai sebelumnya (Dvorsky et al., 2021) dan (Dewi, 2023).

Ketahanan usaha (*business resilience*) merupakan kemampuan adaptif yang dimiliki oleh perusahaan pada saat menghadapi suatu peristiwa yang sedang terjadi (Supardi., & Hadi, S, 2020). Ketahanan usaha merupakan kemampuan organisasi yang utama dalam keberlanjutan usaha dengan lingkungan yang bergejolak (Febrianti et al., 2024). Organisasi perusahaan dituntut untuk tangguh dan mampu melakukan kegiatan inovatif kepada pasar melalui perubahan dan perbaikan yang terus menerus (Ates, A., & Bititci, U. S, 2011).

Ketahanan dibagi menjadi 2 yaitu *organizational resilience* dan *MSME resilience*. *Organizational resilience* untuk mengetahui kemampuan organisasi perusahaan dalam mengenali dan menangkap peluang dan *MSME resilience* merupakan kemampuan perusahaan dalam menghadapi ancaman dari luar atau eksternal secara signifikan (Branicki et al .,2018) dan (Saerang et al., 2023)

UMKM adalah sebuah bisnis atau usaha produktif yang dijalankan secara perorangan, kelompok, rumah tangga, atau badan usaha kecil yang memenuhi standar sebagai usaha mikro (Saefullah et al., 2023). Jadi, bisa disimpulkan bahwa UMKM ini sebagai sebuah bisnis yang dikelola oleh masyarakat dari kalangan menengah ke bawah. (Tim Blog Amarta, 2024)

Seperti diatur dalam peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. (sukorejo.semarangkota.go.id, 2024). Untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria-kriterianya terlebih dahulu. Hal ini penitng digunakan untuk pengurusan surat ijin usaha kedepannya dan juga menentukan

besaran pajak yang akan dibebankan kepada pemilik UMKM. (sukorejo.semarangkota.go.id, 2024)

Berikut masih-masing pengertian UMKM dan kriterianya:

1 Usaha Mikro

Pengertian usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,- (sukorejo.semarangkota.go.id, 2024)

2 Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2,5.000.000.000,-. (sukorejo.semarangkota.go.id, 2024)

3 Usaha Menengah

Pengertian usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan.

Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2,5 .000.000,- milyar sampai Rp50.000.000.000,-. (sukorejo.semarangkota.go.id, 2024)

Berdasarkan perkembangannya, UKM di Indonesia dapat dibedakan dalam 4 kriteria, diantaranya (sukorejo.semarangkota.go.id, 2024)

1. Livelihood Activities, yaitu UKM yang dimanfaatkan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Misalnya adalah pedagang kaki lima.
2. Micro Enterprise, yaitu UKM yang punya sifat pengrajin namun belum punya sifat kewirausahaan.
3. Small Dynamic Enterprise, yaitu UKM yang telah memiliki jiwa entrepreneurship dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
4. Fast Moving Enterprise, yaitu UKM yang punya jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi sebuah Usaha Besar (UB).

Ciri-Ciri UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) (sukorejo.semarangkota.go.id, 2024):

1. Jenis komoditi/ barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu
2. Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu
3. Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan

4. Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni
5. Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah
6. Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank
7. Pada umumnya belum punya surat ijin usaha atau legalitas, termasuk NPWP

Seperti yang dijelaskan pada pengertian UMKM yang tertuang dalam Keppres RI No. 19 Tahun 1998 sebagai kegiatan ekonomi rakyat pada skala kecil yang perlu dilindungi dan dicegah dari persaingan yang tidak sehat. Pada dekade terakhir ini mulai marak bermunculan bisnis UMKM mulai dari skala rumahan hingga skala yang lebih besar. Berikut ada 3 jenis usaha yang termasuk UMKM: (sukorejo.semarangkota.go.id, 2024).

1 Usaha Kuliner

Salah satu bisnis UMKM yang paling banyak digandrungi bahkan hingga kalangan muda sekalipun. Berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu besar, bisnis ini terbilang cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan.

2 Usaha Fashion

Selain makanan, UMKM di bidang fashion ini juga sedang diminati. Setiap tahun mode tren fashion baru selalu hadir yang tentunya meningkatkan pendapatan pelaku bisnis fashion.

3 Usaha Agribisnis

Siapa bilang usaha agribisnis di bidang pertanian harus bermodalkan tanah yang luas. Anda bisa memanfaatkan perkarangan rumah yang disulap menjadi lahan agribisnis yang menguntungkan.

Menurut (KBBI., 2017) budi daya adalah usaha yang bermanfaat dan memberi hasil. Sedangkan menurut (Natalia, 2020) budi daya adalah suatu usaha yang dilakukan secara tersusun rapi dan terencana untuk bisa memelihara serta mengembangbiakkan suatu tanaman atau hewan tertentu agar bisa mendapatkan hasil yang bermanfaat. Menurut bahasa peternakan budidaya dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang bergerak disektor produksi hewan ternak yang dapat diambil manfaatnya. Didalam budidaya haruslah memiliki manajemen pemeliharaan yang baik agar tercapainya tujuan seperti menghasilkan produk hewan ternak yang berkualitas. Ternak merupakan suatu sumber yang memiliki prospek yang menjanjikan untuk dikembangkan karena budidaya ternak dapat menjadi sumber pendapatan bahkan bisa untuk memberikan lapangan pekerjaan agar mengurangi jumlah pengangguran yang ada (Asmirani Alam et al., 2014) dan (KRISMANTO, 2022).

Jangkrik adalah salah satu serangga yang sering kali digunakan sebagai pakan hewan ternak seperti burung, ikan dan juga reptil. Jangkrik bisa ditemui hampir di seluruh wilayah di Indonesia karena Indonesia memiliki suhu yang sempurna untuk jangkrik-jangkrik tersebut bertahan hidup, jangkrik ini dapat hidup dengan baik di suhu 20-32 derajat celcius serta memiliki kelembaban 65-80% (Erniwati, 2012). Jangkrik memiliki potensi sumber protein hewani alternatif yang merupakan zat antioksidan alami pada tubuh. Jangkrik mengandung protein sebesar 58,3% dan kitin sebesar 8,7% dalam 100 gram berat kering (Dian citra ayu f.s, 2012). Jangkrik juga memiliki banyak manfaat khususnya bagi peternak burung kicau karena bila ternak mereka menggunakan pakan jangkrik ini akan membuat burung yang mereka ternakkan memiliki kicauan yang bagus dan prima, sehingga nilai jualnya naik (Erniwati, 2012).

Melihat dari banyaknya sumber nilai yang berasal dari jangkrik tersebut maka perlu dilakukannya pengembangbiakan yang maksimal sehingga persediaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang sejauh ini semakin meningkat (Afniaty Intania, 2006). Pada awalnya pemenuhan kebutuhan akan jangkrik hanya bergantung dari alam. Lama-kelamaan dengan berkurangnya populasi jangkrik yang berada di alam, baru mulailah dicoba melakukan pembudidayaan jangkrik dengan ditenakan secara intensif. Tak hanya dagingnya yang memiliki nilai jual akan tetapi telurnya juga mempunyai nilai ekonomis yang cukup tinggi (Muhammad A.S, 2011).

Usaha budidaya jangkrik ini bisa menjadi peluang bisnis yang sangat menguntungkan karena banyak masyarakat memelihara burung kicau yang pastinya membutuhkan jangkrik sebagai pakannya. Modal awal dari budidaya jangkrik ini bisa dikatakan tidak terlalu besar seperti budidaya lainnya. Budidaya ini juga dapat dijadikan salah satu opsi, baik itu sebagai usaha sampingan atau usaha utama guna memenuhi kebutuhan hidup dan meningkatkan pendapatan (KRISMANTO, 2022).

Dimsum merupakan makanan yang berasal dari Tiongkok. Keberadaan dimsum di Indonesia cukup populer dan banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Dimsum seringkali menjadi pilihan alternatif guna makanan ringan konsumen di sela rutinitas yang sibuk dan padat. Umumnya dimsum menggunakan bahan baku lauk hewani seperti ayam, daging sapi, udang, atau ikan. Dimsum yang ada saat ini memiliki rasa asin yang gurih dengan teknik pengolahan dengan cara dikukus, digoreng, direbus, dan dipanggang. (Nurhidayati et al., 2022)

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama satu hari pada Sabtu, 25 Mei 2024, dari pukul 08.00 WIB hingga 14.00 WIB. Kegiatan berupa workshop yang diadakan untuk pelaku UMKM, yaitu Pak Jhandriansyah, pemilik usaha budidaya jangkrik dan produksi dimsum di Pondok Benda, Pamulang, Tangerang Selatan. Peserta yang hadir terdiri dari masyarakat desa Pondok Benda yang tinggal di sekitar kediaman Pak Jhandriansyah.

Metode kegiatan yang digunakan meliputi sosialisasi, observasi langsung ke pelaku UMKM, wawancara dengan Pak Jhandriansyah sebagai pemilik usaha, dan dokumentasi terkait budidaya jangkrik dan produksi dimsum. Target atau sasaran dari penulisan artikel ini adalah memberikan wadah keilmuan mengenai pemanfaatan platform digital e-commerce Tiktok & Shopee Affiliate dalam manajemen risiko dan ketahanan UMKM budidaya jangkrik dan usaha dimsum, serta memberikan panduan bagi para pihak yang ingin belajar mengenai platform digital e-commerce dan manajemen risikonya. Subjek yang menjadi sumber data dan penulisan artikel ini adalah pelaku UMKM Pak Jhandriansyah, serta sumber lain yang berasal dari beberapa referensi seperti artikel internet dan jurnal

Prosedur Kegiatan Pengabdian Masyarakat

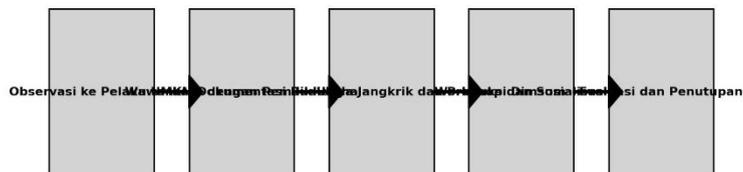
Penjelasan Prosedur

1. **Observasi ke Pelaku UMKM:** Mengamati langsung kegiatan budidaya jangkrik dan produksi dimsum di lokasi usaha untuk memahami proses dan kondisi aktual.
2. **Wawancara dengan Pemilik Usaha:** Melakukan wawancara mendalam dengan Pak Jhandriansyah untuk mendapatkan informasi detail tentang operasional, tantangan yang dihadapi, dan kebutuhan dalam pemasaran.

3. **Dokumentasi Budidaya Jangkrik dan Produksi Dimsum:** Mendokumentasikan proses budidaya jangkrik dan produksi dimsum melalui foto, video, dan catatan tertulis sebagai bahan referensi dan evaluasi.
4. **Workshop dan Sosialisasi:** Menyelenggarakan workshop yang melibatkan masyarakat sekitar untuk memberikan pengetahuan tentang pemanfaatan platform digital e-commerce Tiktok dan Shopee Affiliate, serta praktik langsung penggunaan platform tersebut.
5. **Evaluasi dan Penutupan:** Menilai keberhasilan kegiatan melalui feedback dari peserta, melakukan evaluasi terhadap proses dan hasil kegiatan, serta menyusun rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut. Diskusi dan tanya jawab untuk menyelesaikan semua pertanyaan peserta dan memberikan saran serta solusi atas permasalahan yang mungkin dihadapi.

Dengan pendekatan yang terstruktur ini, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pelaku UMKM dan masyarakat sekitar, serta meningkatkan pemahaman tentang pentingnya digitalisasi dalam manajemen risiko dan ketahanan usaha

Diagram Prosedur Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 1. Diagram Prosedur Kegiatan Pengabdian Masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan berhasil mencapai hasil yang signifikan melalui sosialisasi mengenai pemanfaatan platform digital e-commerce Tiktok dan Shopee Affiliate dalam manajemen risiko dan ketahanan UMKM, khususnya budidaya jangkrik dan usaha dimsum. Sosialisasi ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam dan praktis kepada pelaku UMKM, seperti Pak Jhandriansyah, tentang bagaimana memanfaatkan platform digital untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam bisnis mereka.

Pertama, dilakukan observasi yang bertujuan untuk mengetahui keadaan dan risiko apa saja yang menimpa UMKM yang dijalankan oleh Pak Jhandriansyah. Observasi ini penting untuk mengidentifikasi berbagai hambatan yang mungkin dihadapi dalam proses budidaya jangkrik dan produksi dimsum. Melalui observasi langsung, tim pengabdian dapat melihat secara nyata kondisi operasional usaha dan mengumpulkan data yang relevan tentang kendala-kendala yang ada.



Gambar 2. Peserta PKM Dosen STIE Ganesha dan Foto Bersama Masyarakat Di Lokasi Kegiatan.

Selanjutnya, wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kondisi ideal dalam menghasilkan kestabilan profit dalam menjalankan bisnis budidaya jangkrik dan produksi dimsum. Wawancara dengan Pak Jhandriansyah sebagai pemilik usaha memberikan wawasan berharga mengenai strategi-strategi yang telah diterapkan serta tantangan-tantangan yang masih perlu diatasi. Melalui wawancara ini, didapatkan informasi tentang praktik terbaik dalam manajemen usaha dan potensi inovasi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas.

Selain itu, dokumentasi dilakukan untuk memenuhi syarat dalam pemenuhan materi (bukti) Pengabdian Kepada Masyarakat pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha. Dokumentasi ini mencakup pengumpulan bukti-bukti berupa foto, video, dan catatan tertulis dari seluruh rangkaian kegiatan. Dokumentasi ini tidak hanya berfungsi sebagai bukti administratif, tetapi juga sebagai bahan evaluasi dan referensi untuk kegiatan serupa di masa mendatang.

Hasil dari sosialisasi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital e-commerce seperti Tiktok dan Shopee Affiliate dapat membantu pelaku UMKM, seperti Pak Jhandriansyah, dalam mengatasi risiko dan meningkatkan ketahanan usaha. Dengan memahami cara kerja dan potensi dari platform-platform ini, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan memperkuat jaringan pemasaran. Sosialisasi ini juga membantu peserta untuk memahami pentingnya diversifikasi strategi pemasaran dan penggunaan teknologi digital dalam manajemen usaha.



Gambar 3. Penyampaian Materi oleh Peserta PKM Dosen STIE Ganesha

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil memberikan manfaat nyata bagi pelaku UMKM dan masyarakat sekitar. Melalui pendekatan yang komprehensif dan terstruktur, diharapkan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari sosialisasi ini akan diterapkan dalam praktik sehari-hari, sehingga usaha budidaya jangkrik dan produksi dimsum dapat berjalan lebih efisien, menguntungkan, dan berkelanjutan. Kegiatan pengabdian ini juga memberikan contoh nyata bagaimana kolaborasi antara institusi pendidikan dan masyarakat dapat menghasilkan solusi yang inovatif dan berdampak positif bagi kesejahteraan ekonomi lokal.



Gambar 4. Pakan Jangkrik dan Ternak Jangkrik Yang Sudah Bertelur

Kriteria UMKM untuk Budidaya Jangkrik dan Produksi Dimsum berdasarkan pemaparan Pak Jhandriansyah berada di kriteria Usaha Mikro, untuk klasifikasi Usaha Kecil Menengah (UKM) *Fast Moving Enterprise*, yaitu UKM yang punya jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi sebuah Usaha Besar (UB), dan untuk jenis usaha UMKM memiliki dua jenis yaitu usaha usaha agribisnis (Budidaya Jangkrik) dan jenis usaha kuliner (Dimsum), Strategi utama pemasaran ditujukan kepada peternak burung kicau, karena jangkrik ini sangat diincar dan di cari-cari oleh peternak burung kicau karena jangkrik merupakan pakan utama untuk hewan ternak mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Jhandriansyah, didapat beberapa kendala dalam menjalankan bisnis budidaya jangkrik dan produksi dimsum.

1. Terjadi kecurangan dengan pihak seller terkait pemasukan keuangan yang lambat disetor untuk budidaya jangkrik
2. Minimnya konsumen dalam membeli dimsum
3. Banyaknya pesaing dimsum di wilayah sekitar tangerang selatan mengakibatkan profit menurun

Maka pada artikel penelitian ini diusulkan agar dapat membantu mengurangi resiko dan ketahanan usaha untuk selalu eksis ditengah gempuran pesaing UMKM sejenis yaitu dengan cara menggunakan *platform digital e-commerce*. *Platform digital e-commerce* dipilih karena platform ini memiliki fungsi untuk mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu *platform*. Memiliki tujuan untuk bertransaksi, dengan *platform e-Commerce* ini membuat skalabilitas dari sebuah bisnis dapat lebih luas serta promosi yang lebih beragam lagi. Untuk *platform e-commerce*, bisa berbentuk *website* yang dibuka di berbagai perangkat, dan ada pula yang berbentuk aplikasi *mobile*.

Jenis *e-commerce* yang digunakan untuk budidaya jangkrik dan dimsum ini adalah dengan *Business to Consumer* (B2C) & *Consumer to Consumer* (C&C), dimana untuk *Business to Consumer* (B2C) Pada tipe ini, perusahaan menjual jasa atau produknya ke pelanggan. Pelanggan *e-commerce* B2C biasanya pengecer. Contohnya adalah ketika seseorang berbelanja dari toko budidaya jangkrik & dimsum *online* untuk memenuhi kebutuhan di rumah dan *Consumer to Consumer* (C&C) *e-commerce* dengan model C2C merupakan transaksi *online* yang terjadi antara dua orang. Contohnya adalah ketika Pak Jhandriansyah menjual jangkrik & dimsum miliknya secara *online* ke pembeli.

Berdasarkan pemaparan dari Pak Jhandriansyah penggunaan *platform digital* sudah dilakukan namun baru menggunakan media sosial seperti facebook, instagram dan whatsapp. Peneliti mengusulkan agar untuk menambah penggunaan *platform digital* lain seperti *platform* khusus belanja Shopee & Tiktok Shop, dan mengizinkan para pelanggan setia budidaya jangkrik dan dimsum ini menjadi *affiliate*. Dibuatkannya akun *online shop* dengan ciri khas *username* atau logo yang orang tau ini produksi dari Pak Jhandriansyah sehingga dapat meluaskan jaringan jangkauan penjualan jangkrik dan dimsum ke seluruh penjuru indonesia

Shopee *Affiliate* & Tiktok *Affiliate* adalah sebuah program dari Shopee & Tiktok yang mampu memberikan penghasilan tambahan berupa *reward* komisi. Semua orang / mitra bisa bergabung ke dalam program ini, karena mereka cukup memasarkan produk Pak Jhandriansyah di media sosial seperti Instagram, Youtube (Tohiroh et al., 2021) dan (Ramadhanna et al., 2024).

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital e-commerce seperti Shopee dan Tiktok Shop (*Affiliate*) dapat membantu usaha budidaya jangkrik dan dimsum milik Pak Jhandriansyah diakui secara luas baik di dalam negeri maupun luar negeri. Evaluasi pelaksanaan kegiatan ini secara deskriptif menunjukkan bahwa dengan penggunaan platform tersebut, penurunan profit secara masif dapat dikurangi. Secara kuantitatif, terdapat peningkatan relasi dan jaringan pemasaran yang lebih luas serta penjualan yang lebih stabil. Pembeneran ilmiah dari kegiatan ini didasarkan pada prinsip pemasaran digital yang menunjukkan bahwa diversifikasi strategi pemasaran melalui e-commerce dapat meningkatkan visibilitas dan akses pasar, yang pada akhirnya meningkatkan profitabilitas dan ketahanan usaha. Hasil ini menunjukkan kemungkinan penerapan dan perluasan strategi ini pada UMKM lainnya yang menghadapi tantangan serupa.

Ke depannya, disarankan agar pemilik usaha dapat menambahkan variasi bahan dasar dimsum dari ubi jalar dengan mengembangkan produk dimsum manis berbahan dasar pangan lokal. Pengembangan ini dapat dilakukan dengan memodifikasi bahan utama isian dimsum menjadi ubi ungu dan menggunakan rice paper sebagai kulitnya. Modifikasi ini bertujuan untuk menghasilkan produk makanan selingan yang kaya akan antosianin dan tinggi serat. Pengolahan dimsum berbahan dasar komoditas lokal seperti ubi jalar dapat membantu peningkatan ekonomi kreatif. Selain itu, seiring dengan berjalannya waktu dan kemajuan bisnis, diharapkan pelaku UMKM seperti Pak Jhandriansyah dapat mengembangkan bisnisnya untuk memanfaatkan berbagai jenis e-commerce seperti Business to Business (B2B), Business to Public Administration (B2A), Business to Consumer (B2C), Consumer to Business (C2B), Consumer to Public Administration (C2A), dan Consumer to Consumer (C2C). Tujuan dari diversifikasi ini adalah agar bisnis budidaya jangkrik dan Pemanfaatan *Platform Digital E-commerce* Tiktok & Shopee *Affiliate* dalam Manajemen Resiko dan Ketahanan UMKM Budidaya Jangkrik dan Usaha Dimsum

produksi dimsum dapat tumbuh menjadi perusahaan tersendiri. Dengan demikian, diharapkan bisnis ini mampu mencapai kategori usaha menengah atau besar dengan kekayaan bersih yang dimiliki oleh pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,-. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat dikembangkan lebih lanjut dari sisi penggunaan platform digital, misalnya dengan membuat rancang bangun sistem informasi manajemen budidaya jangkrik dan dimsum yang lebih canggih dan terintegrasi. Hal ini akan membantu dalam pengelolaan usaha yang lebih efisien dan efektif, serta meningkatkan daya saing di pasar global..

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Pak Jhandriansyah, pemilik usaha budidaya jangkrik dan produksi dimsum, yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kontribusi berharga dalam pelaksanaan kegiatan ini. Terima kasih kepada masyarakat desa Pondok Benda yang telah antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, serta memberikan dukungan dan kerjasama yang luar biasa. Selain itu, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan mahasiswa STIE Ganesha yang telah berkontribusi dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan ini. Partisipasi dan antusiasme mereka sangat berkontribusi pada kesuksesan program ini. Tanpa partisipasi dan dukungan dari semua pihak, kegiatan ini tidak akan berjalan dengan sukses. Semoga kerjasama yang baik ini dapat terus berlanjut di masa mendatang dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat luas. Dengan kerjasama dan dukungan yang luar biasa ini, kegiatan pengabdian masyarakat telah berjalan dengan sangat baik dan mencapai hasil yang diharapkan.

DAFTAR RUJUKAN

- Afniaty Intania. (2006). *Substitusi Tepung Kunyit (Curcuma domestica Val.) Dalam Pakan Jangkrik Kalung Pada Periode Bertelur*. IPB.
- Agustina, I., Abas, F., Hajar, E. S., & Saefullah, A. (2023). PENERAPAN MANAGEMEN STRATEGIK; SEBUAH LITERATUR REVIEW. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 12(3), Article 3. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.975>
- ANTINI. (2023). *Analisis Laba dan Resiko Pada Bisnis Kuliner Dengan Sistem Penjualan Via Offline dan Online Di Desa Penganjuran Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER.
- Asmirani Alam, S.Dwijatmiko, W.Sumekar. (2014). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Aktivitas Budidaya Ternak Sapi Potong Di Kabupaten Buru. *Agriminal Jurnal*, 4 No. 1, h.2.
- Ates, A., & Bititci, U. S. (2011). Change process: A key enabler for building resilient SMEs. *International Journal of Production Research*, 49(18), 5601–5618. <https://doi.org/10.1080/00207543.2011.563825>
- Azzahra, S. A., Nurrahman, S., & Saefullah, A. (2024). Integrasi Kecerdasan Buatan Dalam Sistem Rekomendasi Produk Untuk E-Commerce. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.58169/saintek.v3i1.394>
- Branicki, L.J., Sullivan-Taylor, B., and Livschitz, S.R. (2018). How entrepreneurial resilience generates resilient SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Candra, H., Fadli, A., Saefullah, A., Pardian, R., Ramayanti, P. N., Saputri, H., Sutariyono, S., Asmana, Y., & Kusnaedi, U. (2024). Pelatihan pematkharan

- akun Sinta dan akun Bima bagi dosen tetap STIE Ganesha, Jakarta. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1247–1256. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v8i2.22858>
- developers.bri.co.id. (2024). *Ketahui Perkembangan E-commerce di Indonesia: Pengertian, Jenis, dan Manfaatnya*. <https://developers.bri.co.id/id/news/kengetahui-perkembangan-e-commerce-di-indonesia-pengertian-jenis-dan-manfaatnya>
- Dewi, R. I. (2023). *Analisis Manajemen Risiko Pada Umkm Menggunakan ISO 31000*. 20(2).
- Dian citra ayu f.s. (2012). Pengaruh Penambahan Tepung Jangkrik Pada Medium Pertumbuhan Terhadap Kemampuan Metarhizium Majus Uicc 295 Menginfeksi Larva Oryctes Rhinoceros Linnaeus. *Universitas Indonesia*.
- Dvorsky, J., Belas, J., Gavurova, B., & Brabenec, T. (2021). Business risk management in the context of small and medium-sized enterprises. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 34(1), 1690–1708. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1844588>
- Erniwati. (2012). Biologi Jangkrik (Orthoptera: Gryllidae) Budidaya Dan Perannya. *Fauna Indonesia Jurnal*, 11 No. 2, h.11.
- Febrianti, M., Saefullah, A., Nurhayati, N., & Tohhiroh, T. (2024). Implementasi Konsep ESG (Environmental, Social, and Governance) dalam Pengembangan Ekonomi Biru di Kawasan Indo Pasifik: Studi Kasus Chairmanship Indonesia di ASEAN Tahun 2023. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis*, 1, 32–41. <https://prosiding.arimbi.or.id/index.php/PROSEMNASIMKB/article/view/4>
- KBBI. (2017). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- KRISMANTO. (2022). *Proses Budidaya Jangkrik Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kebun Tebeng*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU.
- Kustina, K. T., Nurhayati, Pratiwi, E., Hertati, L., Qodari, A., Nurhayati, A., Jaya, A., Saefullah, A., Marthalia, D., & Munim, A. (2022). *Sistem Informasi Manajemen. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri*. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=JSi3EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&ots=OxA0r8Yd3u&sig=wpTRz0bSFonWdoy9ABOxHMovH6Y&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Muhammad A.S. (2011). *Cerdas Budidaya Jangkrik (Modal Ringan dan Waktu Panen Singkat)*. Pustaka Baru Press.
- Mulasih, S., & Saefullah, A. (2024). Tren Pemasaran Digital: Analisis Perbandingan Platform Media Sosial Facebook Ads Dan Google Ads. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 3(1), 89–101. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v3i1.2768>
- Natalia. (2020). *Accurate*. <https://accurate.id/bisnis-ukm/budidaya-adalah/>
- Novia Rilyani, A., Firdaus W ST, Y. A., & Dwi Jatmiko, D. S. (2015). Analisis Risiko Teknologi Informasi Berbasis Risk Management Menggunakan ISO 31000 (Studi Kasus: I-Gracias Telkom University). *E-Proceeding of Engineering*, 2(2), 6201–6208.
- Nurhidayati, V. A., Rizkiriani, A., Nuraeni, A., Prameswari, A. G., Marlina, C. E., & Naqli, F. K. (2022). Pengembangan Produk Dimsum Berbahan Dasar Ubi Ungu (Ipomoea Batatas L.). *Jurnal Sains Terapan*, 98–109. <https://doi.org/10.29244/jstsv.12.2.98-109>

- Ramadhanna, R., Sari, Y., Ramadhinna, R., Safitri, D. Y., Siswanto, A., Saefullah, A., & Siregar, F. G. (2024). PENGARUH LINGKUNGAN PENDIDIKAN DALAM MENGEMBANGKAN WIRAUSAHA MUDA DI STIE GANESHA. *JURNAL EKONOMI SAKTI (JES)*, 13(1), Article 1. <https://doi.org/10.36272/jes.v13i1.319>
- Saefullah, A., Aisha, N., Noviar, E., & Ar, R. (2023). Edukasi Meningkatkan Semangat Kewirausahaan Mahasiswa STIE Ganesha Melalui Progam Webinar. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat Pendidikan*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.33369/jurnalinovasi.v4i1.28543>
- Saerang, R. T., Gunawan, E. M., & Wangke, S. J. C. (2023). Ketahanan Usaha (Business Resilience) UMKM Di Kota Manado Pada Masa Pasca-Pandemi Covid-19. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 2279–2291. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.52876>
- Saifulloh, S., Pamungkas, R., & Sari, D. A. (2023). Analisis Manajemen Risiko Pada UMKM Keripik Singkong “Sugi” Menggunakan SWOT Dan Matrik Risiko. *Gontor Agrotech Science Journal*, 8(3), 118–124. <https://doi.org/10.21111/agrotech.v8i3.9398>
- Suhaimi, A. (2020). Analisis Manajemen Resiko Umkm Batik Bangkalan Madu-Ra Di Tengah Pandemi Covid-19. *Manajemen Risiko*, 1(11), 141–148.
- sukorejo.semarangkota.go.id. (2024). *Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, dan Ciri-Ciri UMKM*. <https://sukorejo.semarangkota.go.id/umkm>
- Supardi., & Hadi, S. (2020). New Perspective on the Resilience of SMEs Proactive, Adaptive, Reactive from Business Turbulence. *A Systematic Review*.
- Tafsiruddin, M., Saefullah, A., Noor, M. A., Syafran, S., & Nurhakim, R. (2024). Consumer perceptions of product and service quality; a case study of AS Photography’s management information system. *Jurnal Mantik*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.35335/mantik.v8i1.5000>
- Tim Blog Amarta. (2024). *Pengertian UMKM, Jenis, Fungsi, dan Cara Mendaftarnya*. <https://amartha.com/en/blog/work-smart/pengertian-umkm-jenis-fungsi-dan-cara-mendaftar/>
- Tohiroh, T., Firdaus, A., Saksana, J. C., Firmansyah, F., Ramayanti, P. N., Rahmi, C., Tafsiruddin, M., Hidayatullah, S., Ar, R., Tahang, M., Saefullah, A., Fariha, H., Anam, K., & Islah, M. (2021). Edukasi Ketrampilan, Minat dan Bakat untuk Meningkatkan Perekonomian Generasi Bangsa di Pondok Pesantren Baitul Quro. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 1(2), 63–76. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v1i2.3894>
- Victa, E. (2022). *Platform Digital*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/platform-digital->
- Yuswardi, Putra, C. V., Tan, C., Jason, Styvani, S., & Tarekar, W. W. (2022). Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Bisnis Pada UMKM Homstay Batam. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 343–351.
- Zahro, R. (2024). *Shopee Affiliate vs TikTok Affiliate: Mana yang Paling Cuan?* <https://mojok.co/terminal/shopee-affiliate-vs-tiktok-affiliate-mana-yang-paling-cuan/>