

STRATEGI PEMASARAN UNTUK UMKM MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN TEKNOLOGI INFORMASI

Septhiyanthi Setiawan ^{*1}, Muhammad Hilmy Dwinanda ², Muhammad Arby Ansyah³
Syachrul Ramadhan⁴, Prasetyo Aji⁵, Evan Kumara Danuarta⁶, Fauzan Ubaid
Fadhil⁷, Ricky Suryanto Parsaulian S⁸, Syidratil Hamdi⁹, Alifia Nursyahrani Putri¹⁰,
Mugiarso¹¹

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

^{1*} 202010225055@mhs.ubharajaya.ac.id, ²202010225122@mhs.ubharajaya.ac.id ,
³202010225125@mhs.ubharajaya.ac.id, ⁴202010225151@mhs.ubharajaya.ac.id,
⁵202010225061@mhs.ubharajaya.ac.id, ⁶202010225214@mhs.ubharajaya.ac.id,
⁷202010225337@mhs.ubharajaya.ac.id, ⁸202010225254@mhs.ubharajaya.ac.id,
⁹202010225195@mhs.ubharajaya.ac.id, ¹⁰202010225106@mhs.ubharajaya.ac.id,
¹¹mugiarso@dsn.ubharajaya.ac.id

Diterima: 20 Januari 2024

Disetujui: 22 Januari 2024

Dipublikasikan: 26 Januari 2024

Abstrak

Sebelum era Teknologi Informasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dihadapkan pada sejumlah permasalahan yang dapat membatasi perkembangan mereka. Keterbatasan akses pasar dan kurangnya informasi tentang tren pasar serta preferensi pelanggan seringkali membuat UMKM kesulitan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Kegiatan Observasi dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap situasi dan kondisi lingkungan masyarakatnya. UMKM sekarang memiliki peluang untuk mengatasi sebagian besar permasalahan ini. Tujuan UMKM di Desa Sawarna adalah melakukan pemasaran yang dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang mempunyai kemampuan dan minat yang tinggi pada pemasaran aplikasi Sitaman Bumi, Batour Pemanfaatan platform online yang akan digunakan untuk membantu UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran ,Teknologi Informasi

Abstract

Before the era of Information Technology, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) were faced with a number of problems that could hinder their development. Limited market access and lack of information about market trends and customer preferences often make it difficult for MSMEs to develop effective marketing strategies. Observation activities are carried out by conducting direct observations of the situation and environmental conditions of the community. MSMEs now have the opportunity to overcome most of these problems. The aim of MSMEs in Sawarna Village is to carry out marketing that can improve the quality of human resources who have high abilities and interest in marketing the Sitaman Bumi application, Batour. Utilization of online platforms that will be used to help MSMEs.

Keywords: MSMEs, Marketing, Information Technology

PENDAHULUAN

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh masyarakat untuk membuka dan mengembangkan usaha untuk memperbaiki kondisi perekonomian mereka.(Ardian Nurmana, 2022). Pangan lokal adalah pangan tradisional yang dihasilkan dari suatu daerah di Indonesia yang terdiri berbagai macam makanan olahan baik makanan pokok, maupun makanan tambahan. Pangan lokal dapat dijadikan sebagai suatu ciri khas dari suatu daerah(Pengabdian et al., 2021)).Wisata kuliner menjadi suatu alternatif dalam mendukung potensi wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah dan wisata bahari. Meskipun wisata kuliner sering dianggap sebagai produk wisata pelengkap, tetapi wisata kuliner potensial untuk dikembangkan karena wisatawan yang datang biasanya tertarik untuk mencoba makanan khas daerah tersebut.(Pakpahan & Kristiana, 2019)Desa Sawarna di Kecamatan Bayah, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten merupakan desa yang memiliki keindahan alam yang memesona sebagai destinasi wisata hingga mampu menarik mata dan hati wisatawan lokal maupun mancanegara. Destinasi wisata Desa Sawarna mulai dikenal sejak tahun 90-an, yaitu pada saat peselancar dari mancanegara mengarungi lautan demi mencari ombak yang sempurna dari Pelabuhan Ratu sampai ke Selatan.(Darmansyah et al., 2021).

Sawarna adalah sebuah desa di Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Desa ini sejak tahun 1994 dikenal sebagai desa wisata yang mengandalkan keindahan panorama alam pantai dan pesisir.((Tata Henda, 2018))

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah kurang memahami teknologi informasi sehingga belum memanfaatkan aplikasi – aplikasi yang mendukung pemasaran melalui media sosial karena kurang memahami penggunaan palikasi tersebut, seperti aplikasi Sitaman Bumi, Batour, yang dapat membantu pemasaran. Adapun strategi pemasaran makanan tradisional sebagai destinasi wisata kuliner di Desa Sawarna, yaitu strategi promosi. Pemasaran digital merupakan salah satu aspek yang perlu diterapkan oleh UMKM, karena UMKM perlu memiliki kemampuan meyakinkan para pelanggan.(Darmansyah et al., 2021)

Tujuan dari UMKM yaitu melakukan pemasaran yang dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang mempunyai kemampuan dan minat yang tinggi pada pemasaran aplikasi Sitaman Bumi, dan Batour. Strategi pemasaran adalah sebuah upaya yang di lakukan seseorang atau sebuah perusahaan untuk memasarkan dan mengenalkan suatu produk maupun jasa kepada masyarakat, yang di lakukan agar target penjualan dalam sebuah perusahaan dapat tercapai.(Putri et al., 2021)



Gambar 1. Kegiatan UMKM Desa Sawarna

METODE

Kegiatan PKM yang akan dilaksanakan untuk membantu mitra dalam menyelesaikan kendala atau permasalahan yang dialami. Permasalahan yang ditemukan setelah melakukan wawancara dengan mitra adalah Sumber Daya Manusia (SDM) pemasaran mitra yang kurang akan pengetahuan berbasis teknologi informasi. Metode untuk pemecahan masalah adalah dengan pelatihan, pendampingan terkait pemasaran produk kuliner.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan melaksanakan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah-langkah dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di kawasan Pantai Sawarna dijelaskan dalam tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Pelaksanaan pengabdian masyarakat

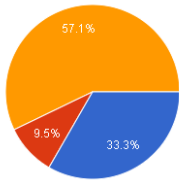
No.	Langkah-langkah	Pelaksanaan pengabdian masyarakat
1	Identifikasi Masalah	Melakukan survey dengan wawancara dan observasi untuk menemukan permasalahan mitra .
2	Analisis Kebutuhan	Analisis kebutuhan untuk mengetahui rencana program apa yang dibutuhkan
3	Penyusunan Program	Program disusun sesuai permasalahan mitra sehingga tepat guna dan tepat sasaran.
4	Pelaksanaan Program	Metode yang digunakan dalam pengabdian ini melalui sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi.

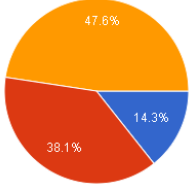
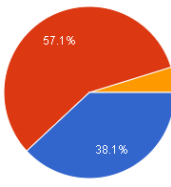
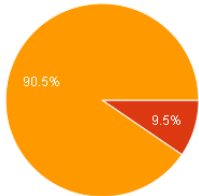
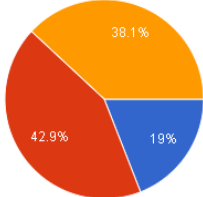
Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada Hari Sabtu, tanggal 24 anuari 2024. Kegiatan dilaksanakan di HomeStay JavaBeach Terletak Di Desa Sawarna, Di Kecamatan Bayah, Kabupaten Lebak, Banten. Kegiatan melibatkan Tim Pengabdian, nara sumber, mahasiswa dan ketua paguyuban UMKM dan beberapa pihak terkait. Kegiatan pelatihan yang dilakukan meliputi:

1. Melakukan pre test dan post test

Sebelum melakukan pre test kepada peserta pelatihan, dengan tujuan mengetahui pengetahuan dasar yang dimiliki oleh peserta. Pre test berisi pertanyaan pengetahuan konsep pemasaran pengelolaan wisata.Post test diberikan kepada peserta pelatihan setelah pelatihan diberikan dengan pertanyaan yang sama dengan pre test sebelumnya. Untuk pre Test bisa dilihat pada tabel 2 sebagai berikut :

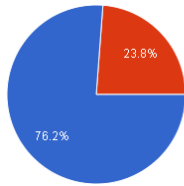
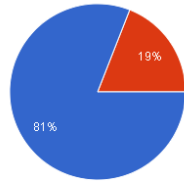
Tabel 2. Pre Test dan Prosentase Jawaban Responden

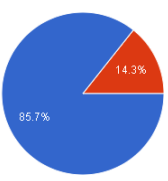
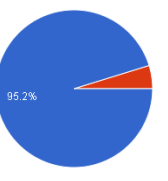
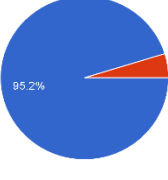
No.	Pertanyaan Pre Test	Prosentase Jawaban Responden
1.	Apa yang menjadi unsur penting dalam penjualan produk?	 ● Faktor lingkungan yang mendukung dan faktor berkembangnya era digital ● Harganya yang relatif murah ● Kualitas dan rasa makanan yang disukai banyak orang

2.	Apakah anda mengetahui dan pernah menggunakan aplikasi Batour dan Sitaman Bumi?	 - Ya, mengetahui dan pernah menggunakan - Hanya mengetahui, tetapi tidak menggunakan - Tidak pernah mengetahui dan menggunakan
3.	Apakah anda mengetahui dan memahami beberapa tips untuk memasarkan prouduk di media sosial?	 - Ya, Mengetahui dan memahami - Ya, tetapi tidak terlalu memahami - Tidak mengetahui dan memahami
4.	Menurut anda, bagaimana cara meningkatkan kualitas produk?	 - Meningkatkan harga jual - Fokus pada kebutuhan pelanggan - Perbarui dan tingkatkan kualitas secara berkala
5.	Apakah anda pernah mengikuti pelatihan atau kursus online terkait pengelolaan bisnis atau pemasaran digital?	 - Pernah - Pernah, tetapi belum terlalu paham - Belum pernah mengikuti

Untuk post test bisa dilihat pada tabel.2 berikut :

Tabel 3. Post Test dan Prosentase Jawaban Responden

No.	Pertanyaan Posttest	Prosentase Jawaban Responden
1	Apakah anda telah mengetahui tentang seberapa penting UMKM di Indonesia sebagai penyumbang terbesar PDB (Produk Domestik Bruto)?	 - IYA - TIDAK
2	Apakah anda yang sebelumnya tidak mengetahui tentang fungsi Aplikasi Batour dan SITAMAN BUMI menjadi paham setelah kami jelaskan materi secara singkat?	 - IYA - TIDAK

3	Apakah anda telah mengetahui tentang strategi pemanfaatan media sosial untuk mengembangkan usaha UMKM?	
4	Apakah anda kedepannya akan mengimplementasikan produk anda pada aplikasi Batour dan SITAMAN BUMI	
5	Apakah anda mengetahui dampak penting dari pertumbuhan Teknologi Informasi di era digital saat ini?	

Hasil dari pelatihan tersebut terjadi kenaikan pengetahuan peserta tentang Sumber Daya Manusia (SDM) pemasaran mitra dalam memahami pengetahuan berbasis teknologi informasi dengan prosentase post test yang memahami terkait pengabdian masyarakat 76.2% sampai 95.2% dari lima pertanyaan yang disampaikan kepada 20 Responden. Hasil tersebut menggambarkan acara tersebut berjalan dengan baik.

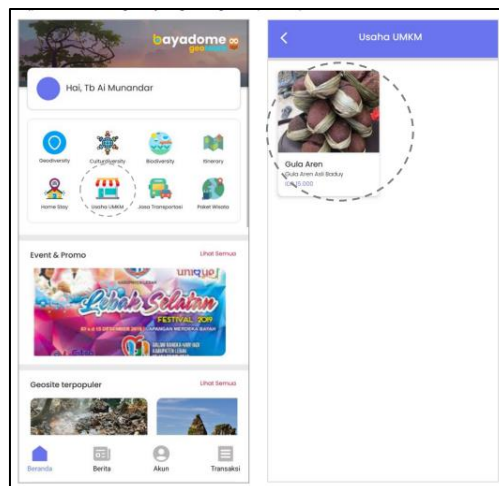
- Melakukan pelatihan pemasaran terhadap mitra / pelaku usaha kuliner dalam memahami pengetahuan berbasis teknologi informasi

Peserta pelatihan diberikan wawasan mengenai konsep pengetahuan tentang manajemen pemasaran wisata dengan mengajarkan tentang pembuatan brosur paket wisata. Pemberian pelatihan dengan menggunakan metode ceramah. Narasumber dari Tim pengabdian masyarakat Progam Studi Informatika, Fakultas Ilmu komputer, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. beserta sepuluh mahasiswa. Pada gambar 1 menunjukkan beberapa gambar terkait pelaksanaan pelatihan program kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 2. Program Pelaksanaan Pelatihan

Menu Usaha UMKM digunakan oleh pengguna BATOUR untuk melakukan pencarian Geoproduct di sepanjang Gugus Geopark Bayah Dome. Pada menu ini, pengguna dapat melakukan transaksi pemesanan, pembayaran dan menghubungi pemilik homestay untuk konfirmasi pemesanan. (Munandar et al., 2023). Untuk memesan Geoproduct, pengguna dapat memilih menu Usaha UMKM pada dashboard utama. Perhatikan gambar di bawah (perhatikan bagian yang dilingkasi putus-putus)



Gambar 3. Menu Usaha UMKM digunakan oleh pengguna BATOUR

PENUTUP

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) , dengan tema Strategi Pemasaran untuk UMKM Melalui Pemanfaatan media sosial dan teknologi informasi dapat diambil kesimpulan masyarakat merasa terbantu dengan adanya pendampingan yang diberikan dalam pelaksanaan sosialisasi, dan pelatihan terhadap mitra terkait pemasaran menggunakan aplikasi Sitaman Bumi, Batour.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bhayangkara Jayakarta Jakarta Raya sebagai penyedia dana, Fakultas Ilmu Komputer atas dukungan motivasi dan administrasi, Camat Kecamatan Bayah, Kepala Desa Sawarna dan kelompok sadar wisata (POKDARWIS) Tanjung Layar, Ketua Paguyuban UMKM Desa Sawarna, atas dukungan dan bantuan teknis di lapangan..

DAFTAR PUSTAKA

Ardian Nurmana. (2022). Pkm Pada Perencanaan Usaha Café Kuliner Di Kota Bau Bau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Sejahtera*, 1(3), 11–29.
<https://doi.org/10.59059/jpmis.v1i3.2>

- Darmansyah, A., Sutardi, A., Afgani, K. F., Susanto, E., Syaputri, A. R., & Khaerani, F. R. (2021). Strategi Peningkatan Kinerja UMKM Wisata Pantai Berbasis Digital (Kasus Wisata Pantai Desa Sawarna, Kec. Bayah, Lebak, Banten). *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Ma Chung*, 1(October), 40–54. <https://doi.org/10.33479/senampengmas.2021.1.1.40-54>
- Munandar, T. A., Lestari, T. S., Handayani, D., Noe'man, A., Priatna, W., & Fathurrozi, A. (2023). *User Guide – Bayadome Geotours (BATOUR)*. Tim Program Matching Fund 2023 Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Pakpahan, R., & Kristiana, Y. (2019). Pengenalan Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Belitung. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, 1054–1060. <https://doi.org/10.37695/pkmcscr.v2i0.276>
- Pengabdian, J., Lokal, P., Desa, D., Kecamatan, P., Kabupaten, B., Barat, B., Yulia, C., Subekti, S., Nikmawati, E. E., & Maosul, A. (2021). LENTERA KARYA EDUKASI Pengembangan Wisata Kulindes (Kuliner Pedesaan) Berbasis. *Yulia*, 1(3), 153. <https://doi.org/10.17509/lentera.v3i1.42204>
- Putri, N. A., Permana, E., & Subhan, M. N. (2021). Strategi Pemasaran bisnis makanan tradisional Tiwul sebagai Destinasi wisata kuliner di Gunung Kidul Jogja. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 340. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10102>
- Tata Henda. (2018). *DESA GEOWISATA SAWARNA*. <https://desdm.bantenprov.go.id/berita/DESA-GEOWISATA-SAWARNA>