

Inovasi Marketing berbasis Teknologi Informasi untuk Memberdayakan UMKM

¹Laila Fadhilah Azzahra

¹Universitas Lampung

¹lailafazz@gmail.com

Abstract. *The Asy-Syifa' Muhammadiyah Islamic Boarding School (PPAM) has several Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), including tempeh and mineral water. The main obstacle they face is limited and traditional marketing. The goal of this program is to foster the adoption of information technology, particularly marketing strategies utilizing social media and e-commerce. Activities included speaking with residents and MSME administrators, teaching marketing strategies, creating product catalogs, conducting evaluations, and creating social media content. The program went as expected. The administrators of the tempeh and mineral water MSMEs at PPAM have learned to use social media and e-commerce to market and sell their products after participating in this mentoring program.*

Keywords. *Marketing, Information Technology, MSMEs, Islamic Boarding School.*

Abstrak. Pondok Pesantren Asy-Syifa' Muhammadiyah (PPAM) mempunyai beberapa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) meliputi usaha tempe dan air mineral. Kendala utama yang dihadapi adalah pemasaran yang masih terbatas dan tradisional. Tujuan program ini adalah untuk membantu adopsi teknologi informasi, terutama strategi pemasaran yang menggunakan media sosial dan e-commerce. Kegiatan yang dilakukan termasuk berbicara dengan warga dan pengurus UMKM, mengajarkan strategi pemasaran, membuat katalog produk, melakukan evaluasi, dan membuat konten media sosial. Kegiatan berjalan sesuai dengan harapan. Pengurus UMKM tempe dan air mineral di PPAM telah belajar menggunakan media sosial dan e-commerce untuk memasarkan dan menjual barang mereka setelah mengikuti pendampingan ini.

Kata Kunci. Marketing, Teknologi Informasi, UMKM, Pondok Pesantren.

A. PENDAHULUAN

Pondok Pesantren Asy-Syifa' Muhammadiyah (PPAM). Berdiri sejak 14 Juli 1999, PPAM mengembangkan beberapa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bersama dengan 303 kepala keluarga (KK) yang ada di dusun Jogodayoh (Himarosa et al., 2022b). Mata pencaharian warga dusun Jogodayoh bervariasi dari mulai petani, peternak, pedagang, hingga wiraswasta. Pada awalnya, UMKM yang dikelola oleh PPAM di dusun Jogodayoh meliputi 4 jenis badan usaha, yaitu tempe, air mineral, pengolahan kopi, dan pembuatan donat. Akan tetapi, hanya UMKM tempe dan air mineral saja yang masih aktif beroperasi dan memberikan keuntungan secara ekonomis untuk PPAM. Kendala utama yang dihadapi UMKM tempe dan air mineral tersebut adalah terbatasnya fasilitas pemasaran dan sosialisasi produk yang dihasilkan, sehingga untung yang bisa diraih masih sangat terbatas.

UMKM merupakan komponen penting dalam pengembangan perekonomian (Hamid & Susilo, 2011). Pengembangan UMKM menjadi bagian integral dari upaya perwujudan kestabilan ekonomi yang perlu diupayakan oleh pihak pemerintah, swasta, dan masyarakat (Wuryandani & Meilani, 2013). Kontribusi UMKM dalam perekonomian meliputi pembukaan lapangan pekerjaan, pelaku inovasi, dan penyedia pasar baru (Kadeni, 2020; Wibawa & Anggitaria, 2020). Pada taraf yang lebih spesifik, UMKM merupakan pelaku penting yang menggerakkan perekonomian tingkat lokal. Oleh karena itu, inovasi peningkatan aktivitas perekonomian dan penjualan di UMKM melalui aplikasi teknologi informasi merupakan program yang urgen dan mendesak untuk segera dilaksanakan (Basry & Sari, 2018; Handayani et al., 2021).

Teknologi informasi merupakan sarana infrastruktur yang urgen untuk diadopsi oleh pengelola UMKM di Indonesia. Melalui pemanfaatan teknologi informasi yang tepat, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperlancar arus pengelolaan informasi, dan mempermudah manajemen dalam internal organisasi (Sani et al., 2020). Sebagian besar UMKM di Indonesia masih bergantung kepada metode tradisional dalam menjalankan bisnis dan produksinya. Rendahnya tingkat adopsi teknologi informasi dalam pengelolaan UMKM antara lain disebabkan oleh ketidaktahuan masyarakat mengenai manfaat dari teknologi, keadaan finansial yang terbatas, dan keahlian dalam bidang teknologi yang belum terdistribusi secara merata (Purnomo, 2011). Inovasi paling sederhana dalam aplikasi teknologi informasi untuk pengelolaan UMKM adalah melalui pembuatan akun media sosial, katalog daring, dan e-commerce. Adopsi inovasi-inovasi tersebut tergolong tidak terlalu rumit dan mudah digunakan, terlebih dengan dukungan aplikasi sederhana yang sudah jamak digunakan oleh masyarakat umum seperti Instagram dan WhatsApp (Abdullah & Fathihani, 2021; Soelaiman & Utami, 2021).

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memfasilitasi pengembangan dan pembangunan UMKM di PPAM sebagai bagian dari persiapan untuk menghadapi era industri 4.0 yang berfokus pada aplikasi teknologi dalam industri (Zukrina et al., 2020). Selain itu, program ini juga ditujukan untuk mengembangkan kepedulian mahasiswa terhadap keadaan dan permasalahan riil yang terjadi pada masyarakat, serta agar bisa berpartisipasi aktif dalam pembangunan berkelanjutan, khususnya dalam bidang ekonomi dan teknologi.

B. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 20 Januari – 21 Februari 2022 di Pondok Pesantren Asy-Syifa' Muhammadiyah (PPAM). UMKM di PPAM yang terlibat dalam program pengabdian ini meliputi 2 badan usaha yang berfokus pada produksi tempe dan air mineral.

Fokus program pengabdian ini adalah pengenalan dan aplikasi teknologi dalam pemasaran UMKM yang ada di PPAM. Selain itu, pembuatan foto dan katalog produk juga menjadi target utama dalam pelaksanaan program. Pendampingan pembuatan foto dan katalog produk terbukti membantu meningkatkan jangkauan promosi dan rekognisi produk, khususnya untuk generasi muda (Himarosa et al., 2022a). Melalui pelaksanaan program ini, UMKM di PPAM diharapkan dapat menjadi UMKM yang lebih dikenal oleh masyarakat baik ditingkat lokal maupun regional.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pembukaan program dan diskusi dengan warga

Pembukaan program secara resmi dilaksanakan di kantor Kelurahan Sumbermulyo pada tanggal 20 Januari 2022. Kegiatan ini dihadiri oleh Lurah Sumbermulyo, pengurus PPAM, pengurus UMKM, warga Jogodayoh, dan perwakilan tokoh masyarakat. Secara umum, pembukaan berjalan dengan lancar dan dilanjutkan dengan diskusi bersama tokoh masyarakat untuk mendapatkan masukan

dan gambaran mengenai kondisi UMKM di PPAM dan Jogodayoh.

2. Pertemuan dengan warga Jogodayoh

Pertemuan lebih intensif bersama warga dan pengurus Rukun Tetangga (RT) Jogodayoh terlaksana pada tanggal 3 Februari 2022. Selain pengurus RT, turut hadir juga perwakilan pemuda, pengurus Karang Taruna, dan beberapa tokoh masyarakat. Dalam pertemuan ini, dilakukan pengenalan dan penjelasan mengenai program kerja yang dilaksanakan.

3. Diskusi dengan pengurus PPAM

Sebagai bagian utama dari pelaksanaan program pengabdian, diskusi dengan pengurus PPAM dan pelaku UMKM di PPAM diselenggarakan pada tanggal 24 Januari 2022. Pengurus PPAM menerima dengan baik usulan program yang telah disusun. Setelah pemaparan program, pelaku UMKM di PPAM juga memberikan masukan dan saran mengenai pelaksanaan program agar lebih sesuai dengan kondisi yang terjadi di PPAM.

4. Sosialisasi teknik marketing dan pembuatan branding untuk UMKM di PPAM

Program pengenalan marketing dan branding terlaksana pada tanggal 31 Januari 2022. Program ini dibagi menjadi 2 sesi, yaitu sesi pertama berfokus pada penjelasan mengenai marketing serta urgensinya, kemudian dilanjutkan dengan pengenalan pentingnya branding dan identitas usaha di sesi yang kedua. Pengurus UMKM di PPAM terlihat begitu antusias dalam mengikuti pemaparan yang diberikan. Sesi diskusi juga berjalan dengan dinamis. UMKM di bawah PPAM yang terlibat aktif dalam sosialisasi ini adalah UMKM tempe dan air mineral.

5. Praktik pembuatan media sosial dan e-commerce di PPAM

Sebagai bagian dari follow up materi yang sudah diberikan, dilakukan pula sesi khusus untuk praktik pembuatan media sosial dan akun e-commerce pada tanggal 2 Februari 2022. Pada sesi praktik ini, peserta dibagi menjadi 2 kelompok agar diskusi bisa berjalan lebih intensif. Proses pendampingan dan pematangan materi terselenggara pada tanggal 7 Februari 2022 yang dihadiri oleh pengelola dan santri PPAM.

6. Pembuatan foto dan katalog produk

Pengambilan foto untuk Tempe Asy Syifa yang menjadi produk andalan dari UMKM di PPAM terlaksana pada tanggal 18 Februari 2022. Lokasi pengambilan foto dan katalog produk adalah area sekitar embung merdeka, area persawahan dusun Jogodayoh, dan lingkungan masjid. Hasil foto kemudian digunakan untuk mengisi konten yang ada di Instagram. Akun Instagram resmi asysyifa.mart merupakan akun resmi dari UMKM yang ada di PPAM. Pengelolaan akun Instagram tersebut akan dilakukan secara mandiri oleh pengurus UMKM.

7. Evaluasi dan monitoring kegiatan

Proses evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa pengurus UMKM mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang memadai mengenai implementasi teknologi informasi dalam marketing. Selain itu, pendampingan juga dilaksanakan hingga program selesai dalam bentuk monitoring berkala. Evaluasi terselenggara dalam bentuk diskusi dan sharing bersama segenap pengurus UMKM. Berdasarkan hasil evaluasi, pengurus UMKM yang mengelola produksi tempe dan air mineral merasa terbantu dengan pemaparan yang diberikan, namun masih membutuhkan pendampingan untuk bisa mengelola akun Instagram yang dibuat. Pengurus UMKM juga menyarankan agar ada pendampingan rutin setelah program selesai, khususnya untuk memperbarui foto dan katalog produk secara berkala.

D. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengaplikasikan inovasi dalam bidang teknologi informasi untuk mendukung peningkatan penjualan UMKM di PPAM. Fokus pengabdian ini adalah adopsi media sosial dan e-commerce untuk promosi produk UMKM, serta pembuatan foto dan katalog produk untuk meningkatkan rekognisi masyarakat. Melalui beberapa tahapan program yang meliputi diskusi, praktik pembuatan media sosial, pengadaan katalog produk, pendampingan, serta evaluasi, UMKM tempe dan air mineral di bawah pengelolaan PPAM diharapkan dapat menjadi unit usaha yang produktif serta berkelanjutan. Untuk program pengabdian selanjutnya, disarankan untuk turut melibatkan pengurus desa dan kelompok pemuda agar bisa secara intensif melakukan pendampingan penggunaan teknologi informasi dalam menjalankan UMKM di PPAM.

(1 spasi)

REFERENSI

- Abdullah, M.A.F., Fathihani. 2021. Memanfaatkan WhatsApp Business sebagai Sarana Penunjang Digital Markating UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 di Kelurahan Tanjung Duren. *Andhara*. 1(2):28–35.
- Basry, A., Sari, E.M. 2018. Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH Informatika*. 2(3):53–60.
- Hamid, E.S., Susilo, Y.S. 2011. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*. 12(1):45-55.
<https://doi.org/10.23917/jep.v12i1.204>
- Handayani, E., Sari, P.P., Islami, M.J. 2021. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh UMKM pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*. 10(2):113–119.
<https://doi.org/10.31504/komunika.v10i2.4622>
- Himarosa, R.A., Rahman, M.B.N., Nuryani, R., Sofyantoro, F. 2022a. Developing digital platform to increase the sales of MSME in Kalakijo, Bantul, Yogyakarta. *Community Empowerment*. 7(9):1639-1645. <https://doi.org/10.31603/ce.7163>
- Himarosa, R.A., Sudarisman, S., Bisandyaloka, A., Sofyantoro, F. 2022b. Pengembangan Unit Usaha Tempe melalui Aplikasi Mesin Giling Kedelai Teknologi Screw. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. 7(2):298–307.
<https://doi.org/10.30653/002.202272.72>
- Kadeni, N.S. 2020. Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*. 8(2):191–200. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Purnomo, M. 2011. Adopsi Teknologi oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*. 2(2):109- 117.
- Sani, A., Wiliani, N., Budiyantra, A., Nawaningtyas, N. 2020. Pengembangan Model Adopsi Teknologi Informasi terhadap Model Penerimaan Teknologi diantara UMKM. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer)*. 5(2):151–158. <https://doi.org/10.33480/jitk.v5i2.1055>
- Soelaiman, L., Utami, A.R. 2021. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi Media Sosial Instagram dan Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. 5(1):124-133. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11104>
- Wibawa, R.P., Anggitaria, N.R. 2020. Kontribusi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran. *EQUILIBRIA PENDIDIKAN : Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*. 5(1):15–25. <https://doi.org/10.26877/ep.v5i1.5962>
- Wuryandani, D., Meilani, H. 2013. Peranan Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa

Yogyakarta. Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik. 4(1):103–115.

<https://doi.org/10.22212/jekp.v4i1.71>

Zukrina, D.J., Suryani, S., Ismaulina, I. 2020. Strategi Pengembangan UMKM Menghadapi Revolusi Industri 4.0. Segmen: Jurnal Manajemen dan Bisnis. 16(2):115-123.

<https://doi.org/10.37729/sjmb.v16i2.6309>