

Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Usaha Masyarakat di Kelurahan Pakulonan Kecamatan Serpong Utara Kota Tangerang Selatan

¹⁾ Muhamad Yopi, ²⁾ Alvin Praditya, ³⁾ Surti Wardani

^{1,2,3} Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang

dosen02848@unpam.ac.id, dosen002164@unpam.ac.id, dosen01707@unpam.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini mengkaji peran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam meningkatkan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kelurahan Pakulonan. Dengan tingkat pemahaman yang bervariasi mengenai TIK, penelitian ini menyoroti pentingnya strategi komunikasi yang adaptif untuk meningkatkan penjualan dan daya saing UMKM. Analisis menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, optimasi SEO, dan kampanye pemasaran kreatif dapat membantu UMKM menarik lebih banyak pelanggan dan bersaing lebih efektif di pasar lokal yang ketat. Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara umum untuk menemukan bahwa kurangnya pengetahuan tentang peluang pasar menjadi salah satu hambatan utama bagi para pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka. Seperti mengembangkan pemahaman dan keterampilan penggunaan teknologi informasi dan Komunikasi (TIK) pada UMKM, meningkatkan kompetivitas UMKM di pasar lokal, meningkatkan pengetahuan tentang peluang pasar, dan membangun strategi komunikasi yang berkelanjutan. Dukungan yang berkelanjutan dari pemerintah, sektor swasta, dan komunitas sangat penting untuk mengatasi hambatan ini. Dengan strategi komunikasi yang berkelanjutan dan adaptif, seperti pelatihan pasar dan analisis tren, UMKM dapat lebih mudah mengenali dan memanfaatkan peluang pasar yang ada, sehingga mampu meningkatkan ketahanan dan pertumbuhan usaha. Hasilnya Tingkat pemahaman UMKM tentang pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) cenderung bervariasi, tergantung pada berbagai faktor seperti latar belakang pendidikan, kesadaran tentang pentingnya TIK, kurangnya pengetahuan dan keterampilan, dan dukungan dari program pemerintah. Dukungan yang berkelanjutan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, swasta, dan komunitas, sangat penting untuk kesuksesan ini.

Kata Kunci : TIK, Strategi Komunikasi, UMKM.

Abstract

This community service activity examines the role of Information and Communication Technology (ICT) in improving micro, small and medium enterprises (UMKM) in Pakulonan Village. With varying levels of understanding of ICT, this research highlights the importance of adaptive communication strategies to increase sales and competitiveness of UMKM. Analysis shows that leveraging social media, SEO optimization and creative marketing campaigns can help UMKM attract more customers and compete more effectively in tight local markets. The aim to be achieved from this community service activity in general is to find that a lack of knowledge about market opportunities is one of the main obstacles for UMKM players in developing their business. Such

as developing understanding and skills in using information and communication technology (ICT) in MSMEs, increasing UMKM' competitiveness in local markets, increasing knowledge about market opportunities, and building sustainable communication strategies. Continued support from government, the private sector and communities is critical to overcoming these barriers. With sustainable and adaptive communication strategies, such as market training and trend analysis, UMKM can more easily recognize and exploit existing market opportunities, thereby increasing business resilience and growth. The results show that UMKM' level of understanding about the use of information and communication technology (ICT) tends to vary, depending on various factors such as educational background, awareness of the importance of ICT, lack of knowledge and skills, and support from government programs. Continuous support from various parties, including government, private sector and community, is critical for this success.

Keywords: *ICT, Communication Strategy, UMKM.*

PENDAHULUAN

Dalam era bisnis yang modern, laju perkembangan yang pesat dan dinamis menuntut para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk bergerak cepat dalam menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Hal ini bertujuan agar mereka dapat mempertahankan pangsa pasar, memperluas jaringan bisnis, dan menjaga loyalitas konsumen. Meskipun teknologi memiliki potensi untuk membantu perkembangan UMKM, namun juga dapat menjadi ancaman jika tidak dikelola dengan baik oleh para pelaku UMKM. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi yang ada.

Setiap pelaku UMKM memiliki keunikan dalam produk yang ditawarkan, meskipun mereka berada dalam sektor usaha atau penjualan yang sama. Oleh karena itu, kemampuan dalam pemasaran produk menjadi kunci utama untuk bersaing di tengah persaingan yang ketat antar pelaku UMKM. Selain itu, tidak hanya keterampilan pemasaran yang penting, namun juga kesiapan dalam mengelola aspek bisnis secara menyeluruh, termasuk pengelolaan keuangan, stok barang, dan pelayanan pelanggan. Untuk menghadapi tantangan ini, pendampingan dan bimbingan menjadi sangat penting bagi para pelaku UMKM agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kota Tangerang Selatan memiliki potensi ekonomi yang besar, dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan aktif dalam mengembangkan sektor UMKM. Data dari tahun 2017 hingga 2022 menunjukkan potensi besar yang dimiliki oleh Kelurahan Pakulonon, terletak di

Kecamatan Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan. Meskipun terdapat sekitar 1.200 UMKM di Kota Tangerang Selatan, masih banyak yang belum memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk memasarkan produk mereka, sehingga peluang untuk pengembangan lebih lanjut masih terbuka lebar.

Untuk meningkatkan daya saing UMKM, perlu menerapkan strategi komunikasi yang efektif. Strategi ini menjadi kunci untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peluang usaha, memperluas akses pasar, dan menguatkan ekonomi lokal. Dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang tepat, seperti memanfaatkan media sosial, pelatihan kewirausahaan, dan jaringan komunitas, potensi usaha masyarakat dapat dioptimalkan.

Pembangunan strategi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat Pakulonan menjadi penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat kemandirian serta daya saing masyarakat di tengah tantangan yang ada. Harapannya, UMKM di Kelurahan Pakulonan dapat lebih berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan pada perekonomian lokal.

Dalam konteks ini, tim pengabdian dari Universitas Pamulang melakukan sosialisasi tentang penerapan strategi komunikasi yang efektif di Kelurahan Pakulonan. Mereka juga melakukan eksplorasi lebih lanjut tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM di wilayah tersebut serta merancang strategi komunikasi yang relevan dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kerangka penyelesaian masalah

1. Tahap Pertama

Tahap pertama merupakan perencanaan kegiatan yang akan dilakukan. Proses perencanaan meliputi identifikasi kebutuhan, identifikasi potensi dan kelemahan yang ada, menentukan jalan keluar dan kegiatan yang akan dilakukan, dan membuat pengorganisasian kegiatan. Perencanaan disusun sendiri oleh UMKM di Kelurahan Pakulonan. Sedangkan tim pengabdian masyarakat akan bertindak sebagai fasilitator.

2. Tahapan Kedua

Tahap kedua merupakan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan dilaksanakan bersama-sama oleh UMKM di Kelurahan Pakulonan sesuai dengan yang telah direncanakan. Sedangkan tim

pengabdian masyarakat akan bertindak sebagai narasumber.

3. Tahap Ketiga

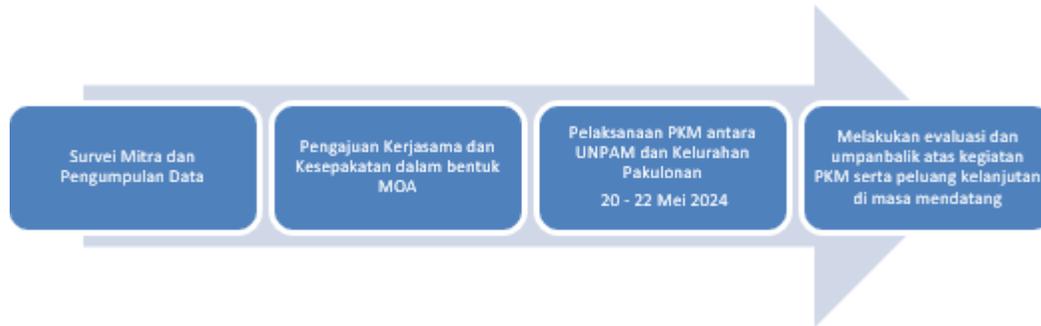
Pada tahap ketiga, dilakukan monitoring dan evaluasi kegiatan. Proses ini juga dilakukan sendiri oleh UMKM di Kelurahan Pakulonan. Tim pengabdian masyarakat hanya akan bertindak sebagai fasilitator.

Realisasi penyelesaian masalah

Target luaran dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan diri. Rincian luaran yang ingin dicapai dalam program PKM inidigambarkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Realisasi penyelesaian masalah

No.	Jenis Luaran	Partisipasi Mitra	Target
1	Dilakukan perencanaan kegiatan PKM	Mitra diharapkan dapat menarik peserta untuk ikut berpartisipasi	UMKM mampu mayiapkan waktu untuk menjadi peserta kegiatan PKM
2	Pelaksanaan sosialisasi tentang bagaimana memanfaatkan keberadaan perangkat media komunikasi dan informasi secara bijak dan cerdas pada masyarakat	Mitra memfasilitasi penyelenggaraan kegiatan.	UMKM di Kelurahan Pakulonan mampu menerapkan apa yang di sampaikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat.
3	Monitoring dan Evaluasi kegiatan.	Mitra memfasilitasi penyelenggaraan monitoring dan evaluasi.	UMKM di Kelurahan Pakulonan mampu mendeteksi kelemahan kegiatan yang telah dilakukan.



Gambar 1. Alur Tahapan Kegiatan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah jawaban untuk kedua rumusan masalah tersebut dengan fokus padapemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK):

1. Tingkat Pemahaman UMKM tentang pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK): Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada UMKM di Kelurahan Pakulonon masih belum optimal. Padahal pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dapat berperan penting dalam meningkatkan usaha UMKM. Sedangkan kalangan UMKM di Kelurahan Pakulonon masih belum mengerti dan memaksimalkan penggunaan aplikasi seperti Instagram, tiktok, dan aplikasi lainnya untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Seperti kita ketahui memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) banyak sekali manfaat yang akan didapatkan. Seperti misalnya, untuk beriklan, memberi informasi seputar produk, memudahkan pelayanan untuk pelanggan, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
2. Tingginya persaingan di Pasar Lokal yang ketat antar pelaku UMKM di Kelurahan Pakulonon: Salah satu hal yang sulit bagi para UMKM adalah dapat bersaing dengan pasar lokal lainnya. Di era ini tentunya pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadi strategi yang efektif. Strategi tersebut adalah melibatkan kalangan UMKM secara aktif dalam pengalaman nyata tentang strategi untuk meningkatkan usaha masyarakat dengan memanfaatkan Teknologi. Dengan demikian, melalui pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang tepat dapat lebih memahami pentingnya strategi dalam meningkatkan usaha mereka.
3. Kurangnya pengetahuan tentang peluang pasar bagi para dan calon pelaku UMKM: Pelaku UMKM masih belum sepenuhnya menyadari potensi pasar yang tersedia dan belum mampu

mengidentifikasi peluang-peluang baru untuk mengembangkan bisnis mereka, yang memerlukan strategi

Komunikasi yang berkelanjutan dan adaptif. UMKM di Kelurahan Pakulonon harus dapat memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk mencari sumber informasi cara bagaimana meningkatkan usaha mereka, sekaligus memodifikasi cara penjualan yang baik, benar dan tepat sehingga usaha yang dijalankan memiliki peluang yang besar dalam menjangkau pasar.

PEMBAHASAN

Pembahasan tentang bagaimana strategi komunikasi dapat meningkatkan usaha masyarakat bagi pelaku UMKM, serta strategi Komunikasi yang efektif untuk meningkatkan penjualan mereka, memiliki beberapa poin penting:

1. Pendekatan Kontekstual: Strategi komunikasi dapat menyediakan pendekatan yang lebih kontekstual dan relevan bagi UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan teknologi ke dalam usaha mereka melalui aplikasi media sosial seperti tiktok, Instagram dan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) lainnya dapat dengan mudah mengaitkan konsep-konsep tersebut dengan pengalaman langsung mereka.
2. Pengalaman Langsung: Melalui pengalaman langsung dengan menerapkan strategi komunikasi seperti menerapkan teknologi informasi dan komunikasi seperti di media sosial, UMKM dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana memanfaatkan teknologi informasi dan Komunikasi (TIK) dapat memengaruhi usaha mereka. Pengalaman praktis ini dapat membantu mereka menginternalisasi konsep-konsep yang dipelajari dengan lebih baik.
3. Partisipasi Aktif: Strategi komunikasi yang baik dapat mendorong partisipasi aktif UMKM dalam meningkatkan usaha mereka. Melalui promosi di media sosial, UMKM dapat terlibat secara langsung dalam pengelolaan usaha mereka sendiri dan memahami konsep-konsep seperti meningkatkan layanan, menjalin hubungan dengan pelanggan, dan promosi.
4. Pendekatan Komunitas: Strategi komunikasi sering kali mendorong pendekatan komunitas dalam meningkatkan penjualan. Melalui kerjasama dengan para wirausahawan yang berpengalaman dari komunitas UMKM, Pelaku UMKM dapat belajar dari wirausahawan

yang berpengalaman dan memahami konteks lokal mereka dengan lebih baik.

Dengan mengadopsi pendekatan ini, pelaku UMKM dapat lebih memaksimalkan peluang pemasaran yang akan lebih baik lagi untuk meningkatkan penjualan dengan strategi Komunikasi yang baik dengan cara konsisten. Sehingga pelaku UMKM makin termotivasi untuk bersaing dan sukses dalam bisnisnya.



Gambar 2. Kegiatan PKM

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan berdasarkan strategi komunikasi untuk meningkatkan usaha Masyarakat tentang pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) secara optimal pada sebagian besar UMKM di Kelurahan Pakulonan: Tingkat Pemahaman UMKM tentang pemanfaatan Teknologi informasi dan Komunikasi (TIK):

1. Tingkat pemahaman UMKM tentang pemanfaatan Teknologi informasi dan Komunikasi (TIK) cenderung bervariasi, tergantung pada berbagai faktor seperti latar belakang pendidikan, kesadaran tentang pentingnya TIK, kurangnya pengetahuan dan keterampilan, dan dukungan dari program pemerintah.

2. Teknologi informasi dan Komunikasi (TIK) dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan penjualan UMKM di era sekarang ini. Menggunakan media sosial, website, dan platform lainnya untuk menyebarkan informasi seputar produk mereka. Dukungan yang berkelanjutan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, swasta, dan komunitas, sangat penting untuk kesuksesan ini.

Tingginya persaingan lokal antar pelaku UMKM membuat mereka perlu meningkatkan strategi Komunikasi pemasaran agar bisa bersaing secara lebih baik:

1. Tingginya persaingan lokal antar pelaku UMKM memaksa mereka untuk meningkatkan strategi komunikasi pemasaran. Dengan memanfaatkan media sosial, mengoptimalkan SEO, dan menggunakan kampanye pemasaran yang kreatif, UMKM dapat menarik lebih banyak pelanggan dan membedakan diri dari kompetitor.
2. Persaingan lokal yang ketat antar pelaku UMKM mengharuskan mereka strategi komunikasi pemasaran. Penggunaan teknologi digital, konten pemasaran yang menarik, dan interaksi yang lebih personal dengan pelanggan dapat membantu UMKM tetap kompetitif dan meningkatkan penjualan.

Kurangnya pengetahuan tentang peluang pasar bagi para dan calon pelaku UMKM yang belum sepenuhnya menyadari potensi pasar yang tersedia dan belum mampu mengidentifikasi peluang-peluang baru untuk mengembangkan bisnis mereka, yang memerlukan strategi komunikasi yang berkelanjutan dan adaptif:

1. Kurangnya pengetahuan tentang peluang pasar menghambat para pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka. Strategi komunikasi yang berkelanjutan dan adaptif, seperti pelatihan pasar dan analisis tren, dapat membantu UMKM memahami potensi pasar dan mengidentifikasi peluang baru.
2. Para pelaku UMKM sering kali tidak menyadari potensi pasar yang tersedia, sehingga sulit bagi mereka untuk menemukan peluang bisnis baru. Dengan strategi komunikasi yang terus-menerus dan fleksibel, seperti mentoring dan akses informasi pasar, UMKM dapat lebih mudah mengenali dan memanfaatkan peluang pasar yang ada.

Kesimpulannya, bahwa untuk menghadapi tantangan persaingan lokal dan kurangnya pengetahuan tentang peluang pasar, UMKM perlu meningkatkan strategi komunikasi pemasaran

yang berkelanjutan dan adaptif. Dukungan berupa edukasi, pendampingan, akses teknologi, dan kolaborasi dengan berbagai pihak sangat penting untuk membantu UMKM mengoptimalkan potensi pasar dan bersaing secara efektif.

SARAN

Dalam meningkatkan usaha Masyarakat khususnya pelaku UMKM tentang strategi Komunikasi dan pemanfaatan Teknologi informasi dan Komunikasi (TIK) yang sangat penting, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Pelatihan TIK Rutin: Adakan pelatihan rutin untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM tentang penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.
2. Optimalisasi Media Sosial: Dorong UMKM untuk aktif menggunakan media sosial, SEO, dan kampanye pemasaran kreatif untuk menarik lebih banyak pelanggan dan membedakan diri dari pesaing.
3. Mentoring dan Konsultasi: Sediakan program mentoring dan konsultasi untuk membantu UMKM mengenali dan memanfaatkan peluang pasar yang ada.
4. Akses Informasi Pasar: Berikan akses mudah ke informasi pasar dan analisis tren melalui platform digital yang dapat membantu UMKM memahami dan mengidentifikasi peluang baru.
5. Kolaborasi dengan Berbagai Pihak: Fasilitasi kerjasama antara pemerintah, swasta, dan komunitas untuk menyediakan dukungan berkelanjutan dalam bentuk edukasi, pendampingan, dan akses teknologi.
6. Pengembangan Konten Pemasaran: Bantu UMKM dalam mengembangkan konten pemasaran yang menarik dan interaktif untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan daya saing bisnis.
7. Infrastruktur Digital yang Handal: Tingkatkan infrastruktur digital di wilayah tersebut untuk memastikan akses internet yang cepat dan stabil, mendukung kelancaran adopsi TIK oleh UMKM.

Dengan menerapkan saran-saran ini, UMKM di Kelurahan Pakulonan dapat meningkatkan pemanfaatan TIK dan strategi komunikasi pemasaran secara efektif untuk mengoptimalkan potensi

pasar dan bersaing secara lebih baik

DAFTAR PUSTAKA

Febria, Elma, dkk. "Strategi komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat melalui usaha ekonomi produktif (UEP) dalam bentuk KUBE." *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol.4, no.3, 2022, hal.1899-1907.

Haryanto, Prof. Dr. (2014). *Teori Komunikasi Konflik: Memahami Peran Komunikasi dalam Mengelola Konflik Manusia*. Jakarta: Penerbit Buku Utama.

Hidayat, A.A. 2007, *Metode Penelitian Keperawatan dan teknik Analisa Data*. Penerbit Salemba medika

Iswan, R. (2023). *Menggerakkan Semangat Umkm Yang Menjadi Potensi Unggulan Di Tangerang Selatan*. Info Tangsel.

[https://www.bidiktangsel.com/info-tangsel/9709807149/menggerakkan-Semangat-Umkm-Yang-Menjadi-Potensi-unggulan-Di-Tangerang-Selatan](https://www.bidiktangsel.com/info-tangsel/9709807149/menggerakkan-semangat-umkm-yang-menjadi-potensi-unggulan-di-tangerang-selatan). Diakses 18 Maret 2024.

Larso, D. (2019). *The Impact of Information and Communication Technology (ICT) on Modern Communication Dynamics: Opportunities and Challenges*. *Journal of Communication Studies*, 15(2), 78-94.

Linardo, Mr. 2018. *Manajemen Pemasaran.*, Jakarta: Penerbit CikudaneWS

Machfoedz, A. (2019). *Creative Strategies in Marketing: Rational vs. Emotional Appeals*. *Journal of Marketing Communications*, 25(2), 87-104.

Rakhmat, J. (2011). *Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.

Rismanty, Vidya Amalia, dkk. "Penerapan Aplikasi Si Apik Dalam Menyusun Laporan Pada UMKM Scale Up di Tangerang Selatan." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. Vol.1, No.1, hal.77-88.

Surahmi, Andi, dkk."Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang."Jurnal Komunikasi KAREBA,Vol.7, no.2, hal.232-239.

Wijoyo, Hadion. et al. 2021. Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi.Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.