

Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Mendukung Pemasaran UMKM

**Mohamad Ramadhan Alzidani¹, Andhika Bayu Sena², Fernandi Yoga Saputra³, Diah Rahmawati⁴,
Muhammad Hafiz Pratama⁵, Didit Nurdiansyah⁶, Yudha Arya⁷, Ikhsanudin Muhammad⁸,
Rizky Hermawan⁹, Septian Eriansyach¹⁰, Ichsan Ramdhani¹¹**

¹⁻¹¹Universitas Pamulang; Jl. Raya Puspitek No. 46 buaran, serpong, Kota Tangerang Selatan. Provinsi Banten 15310. (021) 741-2566 atau 7470 9855

¹⁻¹¹Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

e-mail: ¹ramathree1@gmail.com, ²andhikabayusena51@gmail.com, ³Yoga932013@gmail.com,
⁴Diahrahmawati128@gmail.com, ⁵m.hafizpr@gmail.com, ⁶diditnurdiansyah135@gmail.com,
⁷yudhaarya0987@gmail.com, ⁸justforstudying01@gmail.com, ⁹rizkihermawan357@gmail.com,
¹⁰septianeriansyach413@gmail.com, ¹¹dosen02110@unpam.ac.id

Abstrak

Di Era Serba modern ini semua hal dapat dikembangkan secara canggih melalui penggunaan teknologi digital. Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki berbagai jenis keanekaragaman baik dalam hal agama, suku, adat dan budaya yang tersebar di seluruh wilayah kesatuan Republik Indonesia, Seperti yang sudah kita ketahui bersama bahwa UMKM adalah salah satu sektor yang memiliki peranan yang cukup besar terhadap perekonomian nasional. Berbagai literatur terdahulu mencatat terkait eksistensinya yang tetap mampu bertahan bahkan di saat kondisi krisis ekonomi sekalipun, UMKM di era digital sekaligus di era pandemi Covid19 yang berdampak pada diberlakukannya peraturan pembatasan sosial, perlu terus diupayakan menuju penciptaan kebiasaan bisnis baru yang unggul dan kompetitif,

Kata kunci: pengenalan teknologi, permasalahan, peranan, pemanfaatan umkm

I. PENDAHULUAN

Seiring perkembangannya, banyak UMKM tanah air yang berhasil menembus pasar Internasional. Produk yang berkualitas ditunjang dengan strategi pemasaran yang tepat. Persiapan usaha yang semakin ketat memaksa para pelaku UMKM di Indonesia untuk segera menemukan formula bisnis yang tepat. Walaupun termasuk sebagai bidang usaha yang tangguh, pelaku UMKM perlu meng-upgrade strateginya agar dapat bersaing di era keterbukaan pasar global seperti sekarang (alfasolusi, 2020).

Lantas apa yang membuat tidak sedikit pelaku UMKM tanah air yang dapat menembus pasar internasional? Jawabannya adalah penerapan teknologi informasi yang tepat guna. Di zaman sekarang tak sulit untuk memperkenalkan sebuah

produk UMKM kepada khalayak yang lebih luas. Teknologi yang dimanfaatkan melalui berbagai platform bisnis dapat menjadi sarana branding yang ampuh (Febriyanto & Arisandi, 2018). Oleh karena itu kami ingin mensosialisasikan pemanfaatan teknologi bagi UMKM kepada Orang Tua/Wali murid PAUD-TK Islam Kebun Irmaya di wilayah Depok.

Yang diperlukan hanyalah mengoptimalkan asset digital yang digunakan sebagai alat pemasaran, antara lain seperti *Website*, Sosial media, *Platform* Bisnis Otomatis, Digital Untuk UMKM Naik Kelas, Memahami Selera Pasar, Melakukan Branding Digital, Promosi, Sajikan Konten Yang Menarik.

II. METODE PELAKSANAAN

Kami mengadakan sosialisasi “PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK MENDUKUNG

PEMASARAN UMKM” di ruang kelas TK Kebun Irmaya dengan memberikan materi dan presentasi secara tatap muka (Hutauruk, 2021). Metode ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu analisis persoalan merancang pemecahan, implementasi atau action dan evaluasi. Dan metode ini pun akan dijelaskan secara on point dan menyeluruh. Metode pengembangan yang akan dilaksanakan merupakan sebuah rangkaian tahapan yang disusun secara sistematis, berikut adalah gambaran *flow map* yang akan berjalan:



Gambar 2. 1 Alur Kegiatan PKM

Dari tahapan-tahapan diatas, dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. **Penetapan Daerah Sasaran**
Penetapan daerah ini dilaksanakan di Jalan Kp. Utan Jaya No.22 RT 06/08, Kelurahan Mampang, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok, dengan sasaran masyarakat sekitar terutama pelaku UMKM, dengan melibatkan Yayasan Pranata Air untuk menarik partisipan pada pengabdian masyarakat ini.
2. **Survey Daerah Sasaran**
Survey daerah sasaran dilakukan untuk memperoleh data yang valid dari masyarakat sekitar dan diproses untuk melakukan uji akurasi efektifitas kegiatan pengabdian masyarakat.
3. **Observasi Lapangan**
Observasi lapangan ini dilaksanakan untuk mengamati kondisi masyarakat secara menyeluruh terutama dari masyarakat sekitar pelaku UMKM.
4. **Penyusunan Materi Presentasi**
Penyusunan materi ini dilakukan untuk memberi informasi yang bertujuan untuk menyampaikan susunan materi
5. **Rencana Presentasi**
Tahap ini merupakan proses rancangan teknis presentasi agar peserta dalam kegiatan pengabdian

masyarakat lebih memahami penyampaian materi presentasi yang akan dipresentasikan.

6. **Izin Pelaksanaan**
Tahap ini dilaksanakan untuk menjamin kegiatan pengabdian masyarakat, dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur protocol kesehatan untk mencegah penyebaran virus SARS-Cov2 (*Corona Virus*).
7. **Sosialisasi Program**
Sosialisasi program ini dilakukan untuk memberikan pengenalan dan pemahaman kepada masyarakat.
8. **Pelaksanaan Program**
Pada tahap ini dilakukan melalui jaringan internet (Google Meet) sesuai denga izin pelaksanaan pengabdian masyarakat.
9. **Laporan Akhir**
Tahap ini merupakan akhir dari kegiatan pengabdian masyarakat sebagai bukti bahwa kegiatan ini telah terlaksanakan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan beberapa strategi untuk kepada Orang Tua/Wali murid PAUD-TK Islam Kebun Irmaya di wilayah Depok bagaimana cara membuat pelaku UMKM bisa lebih berkembang di era yang sekarang. Tentu dengan menggunakan teknologi digital yang sudah sangat berkembang, dimana kami melihat masih banyaknya terutama orang tua yang belum melek terhadap teknologi digital yang berkembang pada saat ini. Yang mana teknologi ini dapat membuat UMKM pada zaman sekarang bisa berkembang sangat pesat dan dapat menjangkau pasar Nasional bahkan Internasional.

1. Hasil kegiatan

Dari kegiatan yang kami lakukan yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat yang kami tujukan untuk orang Tua/Wali murid PAUD_TK Islam kebun irmaya. Kami berhasil memberikan informasi mengenai Pemanfaatan Tekenologi Digital Untuk Mendukung Pemasaran UMKM kepada lebih dari 10 orang tua/wali murid PAUD_TK Islam Kebun Irmaya yang menghadiri kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang kami selenggarakan di PAUD_TK Islam Kebun Irmaya. Berikut materi yang telah kami sampaikan kapada peserta kegiatan ini:

a. Apa itu digital marketing.



Gambar 3. 1 Pengertian Digital Marketing

b. Manfaat digital marketing.



Gambar 3. 2 Manfaat Digital Marketing

c. Strategi digital marketing. (contoh: *Interactive, Content, E-Commerce*)



Gambar 3. 3 Strategi Digital Marketing

2. Harapan Pelaksana Kegiatan

Kami Sangat berharap apa yang kami sampaikan dapat membuat meleknya peserta terhadap teknologi digital yang ada sekarang ini. Besar harapan kami kepada para peserta agar mau memperdalam pengetahuan tentang teknologi digital dan dapat menerapkannya khususnya untuk UMKM agar dapat berkembang dengan baik.



Gambar 3. 4 Pemaparan Materi



Gambar 3. 5 Foto bersama panitia PKM



Gambar 3. 6 Sesi tanya jawab

IV. SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Mendukung Pemasaran UMKM di Jalan Kp. Utan Jaya No.22 RT 06/08, Kelurahan Mampang, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok, dilaksanakan selama satu hari yakni 25 November 2021 dengan metode digital yaitu presentasi, diskusi. Pelaksanaan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Lokasi kegiatan dilaksanakan di di Jalan Kp. Utan Jaya No.22 RT 06/08, Kelurahan Mampang, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok, yang diikuti oleh 10 orang peserta perwakilan dari para pelaku UMKM dengan memiliki kriteria belum mengetahui sistem digital marketing untuk pemasaran UMKM. Hasil dari kegiatan ini bahwa peserta memiliki kemampuan yang bertambah dari segi pengetahuan mengenai digital marketing mulai dari teori sampai dengan cara membuat konten dan strategi digital marketing, sehingga peserta secara individu sudah mampu untuk membuat konten dan memahami strategi membuat caption barang yang dijual pada akun instagram dan E-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfasolusi. (2020, Agustus 28). Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk UMKM Indonesia. Retrieved Oktober 10, 2021, from Alfa Digital Solution: <https://alfadigitalsolution.com/pemanfaatan-teknologi-informasi-untuk-umkm-indonesia/>
- Febriyanto, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara* 62.
- Hutauruk, D. M. (2021, September 30). 7 Saran pengamat kepada pemerintah agar UMKM tak tumbang saat resesi. Retrieved Oktober 10, 2021, from Kontan: <https://keuangan.kontan.co.id/news/7-saran-pengamat-kepada-pemerintah-agar-umkm-tak-tumbang-saat-resesi>.