

Vol. 2 • No. 2 • Juli 2022

Page (Hal.) : 493 – 496

ISSN (online) : 2746 - 4482

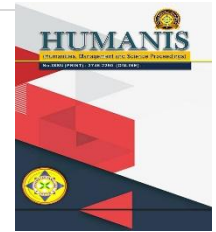
ISSN (print) : 2746 - 2250

© LPPM Universitas Pamulang

JL. Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : humanisproceedings@gmail.com



Special Issue :



Webinar Nasional
HUMANIS 2022

Website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

Penerapan Sistem Informasi Manajemen Dalam Memasarkan Produk Pada UMKM di Industri Ragam Camilan

Yusnita Ika Puspitarini¹⁾; Sugiyanto²⁾

Universitas Pamulang, Indonesia

Email: yusnita_ika@yahoo.co.id¹⁾; dosen00495@unpam.ac.id²⁾

Abstract. *There are quite a number of MSME products in the Pengasinan area, Gunung Sindur that produce snack food products from homemade cassava which are mostly done by housewives in the traditional way. This causes the growth and development of existing MSMEs to experience many obstacles so that they are not optimal. Marketing methods using information technology are important to boost or increase sales of these products. As sales increase, sales profit will also increase.*

Keywords: *Snack, Marketing, MSME, Information System*

Abstrak. Produk UMKM di daerah Pengasinan, Gunung Sindur cukup banyak yang menghasilkan produk makanan camilan dari singkong buatan sendiri yang banyak dilakukan oleh para ibu rumah tangga dengan cara tradisional. Hal ini yang menimbulkan pertumbuhan dan perkembangan UMKM yang ada banyak mengalami kendala sehingga kurang optimal. Cara pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi menjadi hal penting untuk mendorong atau meningkatkan penjualan produk tersebut. Dengan meningkatnya penjualan maka laba penjualan pun akan naik.

Kata Kunci: Makanan Ringan, Pemasaran, SIM, UMKM

PENDAHULUAN

Dipenghujung tahun 2019, kita penduduk dunia dikejutkan dengan virus dari Wuhan, China. Kita biasa menyebut virus covid-19. Virus ini cepat sekali pergerakannya dan membuat banyak orang meninggal. Diawal Maret 2020 kita bangsa Indonesia mulai merasakan adanya virus covid-19 tersebut. Sekolah mulai melakukan pembelajaran daring, perkantoran juga mulai melakukan bekerja dari rumah atau *work from home* (WFH), melakukan beribadah pun kita dianjurkan dari rumah. Lambat laun perekonomian mulai terdampak, diantaranya banyak perkantoran yang akhirnya harus mengurangi karyawan guna mengurangi beban operasional perusahaan. Akibatnya karyawan tersebut tidak mempunyai penghasilan dan harus berfikir dan berusaha untuk tetap dapat bertahan hidup demi kelangsungan hidup keluarganya. Maka timbulah usaha yang dijalankan dari rumah. Kegiatan usaha dari rumah tersebut semakin hari semakin meningkat sehingga bisnis kecil yang dijalankan dari rumah menguat.



Dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah dijelaskan dalam bahwa UKM merupakan usaha dagang yang dilakukan oleh perorangan yang merujuk pada ekonomi produktif, dapat menjadi sebuah peluang usaha untuk meningkatkan taraf hidup ekonomi keluarag. Didaerah sekitaran Bukit Dago, Rawakalong, Gunung Sindur juga muncul berbagai usaha kecil yang banyak dilakukan oleh para pelaku usaha. Misalnya usaha makanan ringan kemasan kripik singkong dengan berbagai rasa, pembuatan tahu bakso, minuman susu jelly. Untuk usaha kripik singkong adalah produk yang dapat bertahan cukup lama untuk masa penyimpanan karena dapat dikemas dalam plastik dengan gramasi yang tebal sehingga tidak mudah robek. Penjual tahu bakso mengemas dengan mika.

Singkong merupakan tanaman yang mudah dibudidayakan karena sebagai tanaman tumpangsari yaitu dalam satu waktu yang sama dapat menanam lebih dari satu tanaman. Selain diolah menjadi kripik singkong, singkong sendiri dapat diolah menjadi tape juga getuk dan makanan tradisional lainnya. Untuk pemasaran produk kripik, para pelaku usaha memasarkan dengan membuka lapak didepan rumahnya (dipinggir jalan raya) dengan membuat banner sederhana. Dengan seiring perkembangan waktu, kripik singkong ini dijual dalam *platform* toko online/ *online shop*. Karena diberi kemudahan akan pemasarannya diantaranya dengan menampilkan gambar/foto produk dan menguploadnya, maka pasar sudah terbentuk juga sistem sudah tersedia.

Tahu bakso, yaitu cemilan dengan bahan utama tahu yang mudah didapatkan di pasar tradisional. Diolah dengan daging cincang berbumbu, kemudian di kukus dan di *packing/* dikemas dengan tepat sehingga dapat didistribusikan sampai keluar kota (tahu bakso *frozen food*). Untuk pemasarannya mengandalkan sistem PO (*purchase order*) karena dilihat dari sisi ketahanan produknya tidak terlalu lama.

Meski begitu, dampak pandemik covid-19 membawa perubahan yang baru bagi Indonesia diantaranya dibatasinnya kesempatan untuk saling bertatap muka, demi mengurangi resiko penyebaran covid-19. Karena dalam memasarkan produk dahulu masih *offline* atau buka toko mengalami penurunan akibat tersendatnya proses kirim barang, namun karena untuk mengurangi tatap muka langsung maka *booming* lah istilah toko *online* termasuk untuk makan cemilan baik melalui *platform digital go-food, grab-food* yang mungkin untuk penghantaran area sekitar. Atau dapat juga produk dikemas dan di kirim melalui *paxel* yang proses penghantarannya "*one day services*" untuk kota-kota tertentu.

KAJIAN LITERATUR

Usaha Masyarakat Kecil dan Menengah biasa disingkat UMKM merupakan usaha atau bisnis yang dijalankan individu dalam rumahtangga atau disebut sebagai badan usaha kecil dengan harta berkisar 50 hingga 500juta Rupiah dengan pendapatan dari hasil jual 300juta Rupiah hingga 2,5milyard Rupiah.

Seiring dengan perkembangan jaman teknologi informasi dan komunikasi dalam hal ini internet telah merambah ke semua bidang termasuk diantaranya usaha bisnis serta perdagangan. Melalui internet dapat menjangkau proses bisnis dapat dilakukan dimana saja serta kapan saja. Semakin canggih mengoperasikan internet kita dapat mengirimkan informasi baik tulisan, gambar bahkan suara terlebih untuk proses memasarkan barang yang hendak diperjualbelikan. Dengan adanya teknologi informasi yang berkembang, internet membawa manfaat salah satunya dengan meningkatkan kesempatan UMKM dalam Kerjasama dengan pengusaha yang sudah mapan. Dapat dikatakan dengan perkembangan internet contohnya memasarkan produk dengan media sosial, karena dengan media sosial ini berpotensi saling terhubung banyak orang dengan mudah dan gratis.

Media sosial sendiri menjadi booming dalam segi pemasaran. Menurut para ahli Philip Kotler & Levin Lane Keller (2016) mengatakan bahwa media sosial adalah sarana atau alat yang dipakai oleh pengguna untuk digunakan secara bersama dalam bentuk tulisan atau dapat disebut sebagai teks, gambar, voice, serta video informasi baik dengan perorangan maupun perusahaan. Jenis media sosialpun beragam diantaranya *social networking* yang



merupakan sarana atau alat berbasis internet yang banyak digunakan dan saling terhubung satu dengan lainnya. Misalnya banyak didominasi facebook, IG, twitter.

METODOLOGI PENELITIAN

Penulisan kajian makalah ini mempunyai tujuan untuk mengkaji sistem informasi manajemen dalam memasarkan produk ragam camilan di industry UMKM agar dapat menjadi peluang usaha yang berhasil artinya omset meningkat. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah deskriptif, artinya menggambarkan sesuatu sesuai dengan kondisi (Arianto 2020) sebenarnya sehingga sebagai pembaca dapat mempunyai gambaran seperti yang diharapkan penulis. Cara yang dilakukan adalah melakukan analisa literasi melalui jurnal penelitian terdahulu maupun observasi di lingkungan sekitar desa Pengasinan kecamatan Gunung Sindur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM merupakan kegiatan usaha yang dapat dijalankan oleh perorangan maupun kelompok kecil Usaha yang kecil, mikro dan menengah ini dapat diklasifikasikan dalam batas penjualan atau omset secara tahunan, jumlah modal, jumlah asset atau jumlah pekerja atau karyawannya.

Digital Marketing dapat diartikan sebagai alat pemasaran elektronik, juga dikenal sebagai pemasaran Internet. Berbeda dengan pemasaran tradisional, Digital Marketing mengambil teknik dan konsep pemasaran, yang penerapannya melalui media elektronik internet. Pada dasarnya, Digital Marketing menyatukan aspek teknis dan grafis dari alat online, melalui desain, periklanan, pengembangan merk, promosi, dan penjualan. Teknologi informasi berkembang dengan pesat. media digital menjadi begitu luas sehingga siapa pun dapat mengakses informasi kapan saja, dari mana saja, dan produk apa saja. Tidak hanya itu, pemasar digital juga dapat memantau, secara real time, apa yang sedang dibaca, untuk berapa lama, dan berapa banyak orang yang mengunjungi laman/ situs tersebut.

Usaha cemilan seperti keripik singkong dan tahu baso memang bisa dikatakan salah satu bisnis yang paling menjanjikan karena memang banyak digemari konsumen dan harga yang relatif terjangkau. Selain itu, keripik singkong juga di kemas dalam wadah yang apik dan menarik dan diberi aroma atau taste yang sedang trending misalnya selain original juga diberi perasa balado, keju, rasa daun jeruk. Untuk tahu bakso sendiri cukup mudah membedakan rasa original atau tidak pedas dan rasa pedas, yang dikemas dengan cara vacuum sehingga akan cukup dalam ketahanan satu bulan dalam suhu freser, atau satu minggu dalam suhu lemari es.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pandemi covid-19 membuat usaha mikro kecil dan menengah terhenti, sehingga sebagian harus menutup kiosnya. Hal ini disebabkan perubahan kebiasaan baru dengan diberlakukannya protokol kesehatan yang berdampak pada penurunan daya beli masyarakat. Untuk mengangkat perekonomian Indonesia dimasa pandemi ini pemerintah berupaya memfasilitasi terciptanya ekosistem baru yaitu jiwa wirausaha digital. Para pelaku usaha dan Pemerintah bersinergi menggalakkan program digitalisasi UMKM di Indonesia. Hal ini dapat terlihat dari adaptasi pelaku UMKM terhadap pasar dan penggunaan media sosial dalam pemasaran digital. Peran dari platform media sosial menjadi fokus utama pelaku usaha dan pelaku usaha juga mempergunakan berbagai aplikasi pendukung missal untuk hal pembayaran melalui platform keuangan digital. Transformasi digital bagi UMKM di masa pandemic akhirnya berhasil membuat UMKM sebagai pelaku usaha membangun kembali bisnisnya. Karena itu pengembangan UMKM digital di masa pandemi dapat menjadi alternatif untuk menopang sektor UMKM.

Upaya pengembangan UKM digital juga perlu didukung oleh peran pemerintah, koperasi dan Kementerian UMKM. Proses transformasi digital UMKM dapat terlaksana sepenuhnya



jika ada efek sinergis antara UMKM, pemerintah, dan pemangku kepentingan pendukung lainnya. Untuk dapat dengan cepat mengimplementasikan tujuan pemerintah meningkatkan UMKM berbasis digital. Selain itu, pengembangan UMKM digital pasca pandemi Covid-19 juga harus menjadi prioritas utama bagi pemerintah dan seluruh pihak terkait agar ekosistem ekonomi digital Indonesia tetap berfungsi dengan baik. Pengembangan UMKM Digital juga akan membantu memperkuat ekosistem wirausaha digital Indonesia. Berbagai program pengembangan digitalisasi UMKM dapat mempercepat proses transformasi digital dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia. Hal ini memungkinkan UMKM untuk dapat bersaing dalam persaingan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Rifai, 2020. Sistem Informasi Manajemen Mendukung Kelangsungan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dampak Situasi Pandemi Covid 19 <http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jmb/article/view/968/579>
- Adijati Utaminingsih, 2016. Menyingkap Rahasia Kesuksesan Tahu Bakso Bu Pudji, Ungaran. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/download/568/379>
- Aidil Amin Effendy, 2020. Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM dan Efektivitas Promosi Melalui Online di Kota Tangerang Selatan. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/571/248>
- Bakhria, S., & Futiahb, V. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 2(2).
- Bambang Arianto, 2020. Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19 <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/512/336>
<https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah>
<https://wartakota.tribunnews.com/2016/09/28/krisis-ekonomi-memaksa-midin-jadi-pengusaha-umkm-di-tangsel>
https://id.wikipedia.org/wiki/Tumpang_sari
- Qurratul Aini, 2021. Pengembangan UKM Kripik Neraka Varian Rasa Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Pada Masa New Normal. https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/ethos/article/download/6697/pdf_1
- Waluyojati, P., & Sugiyanto, S. (2021). Pengaruh Covid-19 Terhadap Pendapatan Ojek Online. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 1(2).
- Sugiyanto, S., Kartolo, R., & Yusuf, M. (2021). Implikasinya Umkm Pada Ekonomi Kreatif Dan Inovasi Di Kabupaten Garut Jawa Barat. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 67-74.
- Sugiyanto, . And Luh Nadi, . And I Ketut Wenten, . (2020) *Studi Kelayakan Bisnis*. Yayasan Pendidikan Dan Sosial Indonesia Maju (Ypsim), Serang. Isbn 978-623-7815563
- Sugiyanto, S., and Anggun Putri Romadhina, . (2020) *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Dan Makro*. Yayasan Pendidikan Dan Sosial Indonesia Maju (Ypsim), Banten. Isbn 978-623-92764-4-7