

PENINGKATAN OMZET PENJUALAN DENGAN MEMANFAATKAN TEKNOLOGI PEMASARAN ONLINE BAGI PELAKU UMKM DI KECAMATAN TIDORE KOTA TIDORE KEPULUAUAN

Nurdiyanawati Djumadil¹, Muhammad Natsir Arahman², Natal Basuki³, Haris Mahmud⁴, Yunus Syafie⁵

^{1,3,4,5}Fakultas Pertanian, Universitas Khairun

²Fakultas Teknik, Universitas Khairun

Email: nurdiyanawati.djumadil@unkhair.ac.id¹, mnr4hm4n@gmail.com², natal.basuki@unkhair.ac.id³, haris.mahmud@ac.id⁴, yunus.syafie@unkhair.ac.id⁵

ABSTRACT: *Small business activities in both traditional and modern sectors through micro, small and medium enterprises (MSMEs) are one of the pillars of economic growth. This service activity was held with the main focus on solving MSME problems in the Tidore Islands. The aim is to identify the problems faced by MSME actors and to hold entrepreneurship training activities to develop the potential of the actors. In the current digital era, it is very easy for people to open new businesses and jobs. This potential can be maximized if knowledge and provision are provided for MSMEs to build their businesses from the start until they are successful in the future. Apart from that, as a business person in a business that is run, an entrepreneur who runs a business in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) needs to have a good marketing strategy. In an effort to increase public awareness to start entrepreneurship and build their businesses to become better developed, it is necessary to provide knowledge and understanding of marketing strategies by utilizing digital technology.*

Keywords: *MSMEs, Digital Marketing, Social Media, Strategy and Marketing*

ABSTRAK: Kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern melalui usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pengabdian ini diadakan dengan fokus utama memecahkan permasalahan UMKM di Tidore Kepulauan. Tujuannya untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM serta mengadakan kegiatan pelatihan kewirausahaan untuk mengembangkan potensi para pelaku. Di era digital saat ini, kemudahan masyarakat untuk membuka usaha dan lapangan kerja yang baru sangat mudah dilakukan. Potensi tersebut bisa dimaksimalkan apabila pengetahuan dan pembekalan bagi para UMKM untuk membangun usahanya dari awal sehingga berhasil di kemudian waktu. Selain itu, sebagai pelaku bisnis pada usaha yang dijalankan, seorang wirausahawan/i yang menjalankan usaha di Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) perlu memiliki strategi pemasaran yang baik. Dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mulai berwirausaha dan membangun usahanya menjadi lebih berkembang lebih baik, perlunya memberikan pengetahuan serta pemahaman mengenai strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital

Kata Kunci: *UMKM, Digital Marketing, Media Sosial, Strategi dan Pemasaran.*

PENDAHULUAN

Saat ini dunia menghadapi era Revolusi Industri (R.I.) 4.0. Era ini ditandai peningkatan digitalisasi manufaktur yang didorong empat faktor, meliputi: 1) peningkatan volume data, kekuatan komputasi, dan konektivitas; 2) munculnya analisis, kemampuan, dan kecerdasan bisnis; 3) terjadinya bentuk interaksi baru antara manusia dengan mesin; dan 4) perbaikan instruksi transfer digital ke dunia fisik, seperti robotika dan 3D printing (Trilling dan Fadel, 2009; Lee et al, 2013; Schwab, 2017). Dampaknya secara fundamental telah mengubah cara beraktivitas manusia dalam skala, ruang lingkup, kompleksitas, dan transformasi pengalaman hidup. Tantangan dan peluang R.I. 4.0 mendorong inovasi kreasi proses dan produk, termasuk pada bidang ekonomi.

Kekuatan ekonomi Indonesia yang berpotensi di era R.I. 4.0 adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berbasis kerakyatan. Usaha berbasis kerakyatan ini mempunyai peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional dalam hal pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Banyak negara termasuk Indonesia terus berupaya mengembangkan UKM/UMKM. Terdapat tiga alasan yang mendasari

Negara berkembang memandang pentingnya keberadaan UMKM. Pertama, UKM/UMKM sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Kedua, kinerja UKM/UMKM cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Ketiga, UKM/UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas daripada usaha besar.

Pengembangan UKM/UMKM di era R.I. 4.0 menandakan pentingnya kompetensi berbasis teknologi. Terdapat empat kompetensi yang diperlukan, meliputi leadership, language skills, literacy; dan writing skills. Kompetensi juga berkembang seiring pesatnya perkembangan teknologi. Pesatnya perkembangan teknologi membuat dunia seolah tanpa batas ditandai dengan perubahan tatanan kehidupan masyarakat global yang semakin maju. Namun, di awal tahun 2020, hal tersebut mengalami perubahan semenjak adanya Covid-19, yang kemudian ditetapkan WHO sebagai global pandemic pada 11 Maret 2020.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia sangat memegang peran penting dalam pertumbuhan sebuah negara. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah

satu unit usaha yang berperan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian juga kesejahteraan masyarakat di Indonesia UMKM juga merupakan salah satu penyokong perekonomian di Indonesia khususnya pada masyarakat golongan bawah dan menengah.

UMKM memiliki peran strategis dalam upaya pemerintah dalam mengatasi kemiskinan dan pengangguran, karena UMKM dapat menyerap tenaga kerja, sehingga pengangguran akibat tidak terserapnya angkatan kerja dalam dunia kerja menjadi berkurang. Dengan memasuki masa kebiasaan baru (new normal) ini, diperlukan analisa dan evaluasi terhadap usahanya untuk beradaptasi di kebiasaan baru ini. Adaptasi yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM adalah dengan melakukan inovasi bisnis. Inovasi bisnis merupakan suatu bentuk keunggulan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang lainnya.

Pada era new normal kegiatan pemasaran digital menjadi kunci utama untuk dapat bertahan dan melakukan penjualan dengan jangkauan yang lebih luas bagi UMKM, namun sayangnya tidak semua UMKM telah mampu melakukan hal ini. Dalam program pengabdian pada Masyarakat yang ini,

telah dilakukan assessment yang dilakukan terhadap mitra UMKM yang telah menjadi binaan. Berdasarkan hasil assessment awal ditemukan permasalahan bahwa bagi UMKM, bahwa mereka tidak mengetahui bahwa pemasaran bisa dilakukan melalui alat komunikasi mereka yaitu handphone. Bagi mereka, jangankan untuk menjual secara online, meskipun mereka mengaku pernah mendengar beberapa layanan aplikasi seperti Tokopedia, bukalapak, dll, namun mereka tidak pernah menggunakan layanan tersebut.

Pengabdian pada masyarakat dilakukan dengan menggali permasalahan para pelaku UMKM yang kemudian melakukan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM agar mampu memasarkan produknya di dunia maya dengan memaksimalkan penggunaan media sosial baik facebook, Instagram, layanan WhatsApp bisnis akan menjadi hal yang dapat menunjang peningkatan kualitas pemasaran para pelaku UMKM.

Kondisi mitra dalam produksi juga kurang begitu maksimal karena masih menggunakan beberapa teknologi yang sudah ketinggalan di zaman yang sudah modern ini.

METODE PELAKSANAAN

Adapun skema pelaksanaan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat seperti uraian di bawah ini :

Sosialisasi

Sebelum kegiatan inti dimulai terlebih dahulu dilakukan sosialisasi kepada mitra sasaran mengenai program yang akan dilaksanakan, tujuannya, teknis kegiatan dan capaian yang diharapkan. Sosialisasi dapat dilakukan secara daring atau luring. Adapun peserta sosialisasi adalah mitra PKM, masyarakat sekitar, pihak kelurahan dan mahasiswa. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk memberikan informasi yang utuh hal apa yang akan dilakukan selama kegiatan untuk mencapai tujuan PKM, selain itu juga melakukan penyamaan persepsi antara tim pelaksana, narasumber, instruktur dan peserta kegiatan.

Pelatihan

Terdapat 2 jenis pendampingan yang akan dilakukan sesuai dengan permasalahan yang ada yaitu pelatihan tentang bagaimana membuat kue pia yang baik dan mengoptimalkan pelatihan manajemen pemasaran dalam mendukung proses pemasaran produk kue pia.

Penerapan teknologi

Sebelum dilakukan penerapan teknologi terlebih dahulu dilakukan proses pelatihan dan sosialisasi kepada mitra pelaksana. Kemudian teknologi ini diberikan kepada mitra untuk selanjutnya menjadi media/alat peraga

atau contoh dalam pelatihan dan pendampingan kepada mitra agar pelatihan nanti dapat memberikan contoh konkret kepada peserta yang diharapkan akan menghasilkan luaran pelatihan yang lebih baik.

Pendampingan dan evaluasi

Setelah pelatihan dilakukan secara onsite dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan baik secara onsite maupun online. Tujuan pendampingan ini adalah untuk memastikan bahwa terjadi peningkatan/ penguasaan pemahaman mitra terhadap program yang telah dilakukan. Pendampingan ini juga bertujuan untuk memastikan produk yang telah dihasilkan lebih baik dan dapat dipasarkan lebih luas.

Keberlanjutan program

Program ini diharapkan dapat difasilitasi nanti oleh pihak Dinas UMKM Kota Tidore untuk dapat dikembangkan dengan skala industri yang lebih besar dan juga bisa memberikan kemudahan dalam proses perizinan pembuatan P-IRT dan pemasaran di swalayan dan toko

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian bagi masyarakat (PKM) Usaha Kue Pia di Kelurahan Tomagoba, Kecamatan Tidore, Kota Tidore Kepulauan dalam bentuk penerapan alat untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas

produksi, pelatihan untuk peningkatan SDM kelompok mitra, serta pendampingan kelompok usaha agar bisa lebih memaksimalkan hasil produksi dan manajemen usaha demi kesejahteraan masyarakat. Kelompok mitra dari kegiatan PKM, yaitu Kelompok Usaha “Bunda Vina” yang bergerak pada produksi kue pia. Kelompok mitra beranggotakan sebanyak 10 orang.

Sebelum kegiatan inti dimulai terlebih dahulu dilakukan sosialisasi kepada mitra sasaran mengenai program yang akan dilaksanakan, tujuannya, teknis kegiatan dan capaian yang diharapkan. Sosialisasi dapat dilakukan secara daring atau luring. Adapun peserta sosialisasi adalah mitra PKM, masyarakat sekitar, pihak kelurahan dan mahasiswa. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk memberikan informasi yang utuh hal apa yang akan dilakukan selama kegiatan untuk mencapai tujuan PKM, selain itu juga melakukan penyamaan persepsi antara tim pelaksana, narasumber, instruktur dan peserta kegiatan.

Pelatihan dilaksanakan untuk peningkatan kualitas SDM kelompok usaha “Bunda Vina” dan masyarakat yang ada di Kelurahan Tomagoba. Pelatihan dihadiri kurang lebih oleh 20an orang peserta.



Gambar 1. Tahapan sosialisasi

Transfer teknologi yang diberikan kepada kelompok mitra adalah penggunaan alat-alat yang lebih modern dan mutakhir dalam proses pembuatan kue pia. Bahan-bahan untuk diversifikasi cita rasa dan tambahan untuk produksi diberikan kepada mitra PKM. Hal ini dianggap perlu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas jumlah produksi kue pia.



Gambar 2. Penyerahan alat teknologi dan inovasi

SIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari program kegiatan pengabdian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan pengabdian ini dapat menambah pengetahuan dan ketrampilan Pengusaha kue pia rumah tangga Kecamatan Tidore Kota Tidore Kepulauan tentang bagaimana mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh para pengusaha kue pia rumah tangga yaitu dengan memproduksi kue pia yang aman, memiliki cita rasa dan nilai jual yang tinggi serta memiliki masa simpan yang panjang dengan beberapa varian rasa dalam kapasitas yang besar dan akhirnya dapat meningkatkan penghasilan pengusaha kue pia rumah tangga. Selain itu dengan dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini mitra mendapat pengetahuan dan ketrampilan dalam hal melakukan pemasaran yang baik dan terarah kedepan

Saran sebagai pertimbangan pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat dimasa mendatang, yakni: 1. Perlu pengaturan jadwal kegiatan yang tepat sesuai dengan kondisi dan situasi. 2. Perlu ada peningkatan pendanaan pada setiap kegiatan yang bersifat praktek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Universitas Khairun dan LPPM sehingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bisa terlaksana dengan baik. Selain itu, tim pelaksana juga mengucapkan terimakasih kepada pemerintah Kelurahan Tomagoba serta warganya yang bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan sosialisasi dalam kegiatan ini di kediaman Mitra di Kelurahan Tomagoba. Tim pelaksana juga mengucapkan terima kasih banyak kepada DRTPM atas pendanaan program kegiatan pengabdian di tahun 2024 ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Dahlan, M. (2017). Peran pengabdian pada masyarakat dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Djumadil, N., Basuki, N., Mahmud, H., Sangadji, S. S., & Syafie, Y. (2024). PENERAPAN PEMANFAATAN LAHAN SEKITAR KANDANG UNTUK MENINGKATKAN PRODUKSI PAKAN TERNAK DI KECAMATAN TIDORE KOTA TIDORE KEPULAUAN. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Nusantara (JPPNu)*, 6(1), 68-77.
- Fatmawati, M., Sidayat, M., Basuki, N., Djumadil, N., Kaddas, F., & Mahmud, H. (2024). PENGEMASAN DAN

- MEKANISME PENGURUSAN IZIN P-IRT UNTUK MENINGKATKAN HARGA JUAL SAGU DI DUSUN BANGKO HALMAHERA BARAT. *Abdimas Awang Long*, 7(1), 55-62.
- Konety, N., Purnama, C., & Adilla, M. H. (2018). Pemahaman Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Jatinangor terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 31-49.
- Lahati, B. K., Kaddas, F., Fatmawati, M., Mahmud, H., & Sabban, H. (2024). PENINGKATAN NILAI TAMBAH KELOMPOK WANITA TANI (KWT) RINDANG SANTIONG MELALUI PENERAPAN PUPUK TRICHODERMA DAN BOKASHI. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa*, 7(2), 126-134.
- Mahmud, H., Suhardi, S., Sangadji, S. S., & Taufika, N. P. (2024). PKM PEMBERDAYAAN UMKM ROTI MELALUI PERLUAN JARINGAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL HASIL PRODUKSI DI KECAMATAN TIDORE KOTA TIDORE KEPULUAUAN. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa*, 7(2), 267-274.
- Mahmud, H., Fatmawati, M., Sidayat, M., Djumadil, N., Basuki, N., & Kaddas, F. (2024). STRATEGI PEMBERDAYAAN DALAM MENGOPTIMALKAN POTENSI AGRIBISNIS DI PEDESAAN KABUPATEN HALMAHERA BARAT PROPINSI MALUKU UTARA. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5(1), 780-785.
- Paserangi, I., & Jumawan, F. (2019). Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Berbasis Teknologi Tepat Guna (TTG) Clothing Di Makassar. *Abdimas Toddopuli: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(1), 63-68.
- Puspita, Y., Fitriani, Y., Astuti, S., & Novianti, S. (2020, April). Selamat tinggal revolusi industri 4.0, selamat datang revolusi industri 5.0. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*.
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan e-commerce untuk meningkatkan daya saing usaha mikro kecil dan menengah (umkm) sambal di jawa timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298-309.