

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM MEMANFAATKAN DAN MENGEMBANGKAN DIGITAL MARKETING UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID – 19

Kevin Dita Wiratama¹ dan I Wayan Suriana²

kevindita08@gmail.com¹

wayansuriana@undiknas.ac.id²

Universitas Pendidikan Nasional^{1,2}

ABSTRAK

Providing information and various trainings to the community, especially for the younger generation, to stimulate sensitivity to the problems that exist around them, especially in the Kuta area where people have not maximized the use of technology. This study uses a qualitative-descriptive approach. Collecting data using interview techniques and other secondary data support by using internet searches and reviewing them with existing literature reviews. The results show that the design of information system development (digital conversion) through ordering applications and various strategies is adopted, such as creating a platform that can optimize by creating a new revenue program to be able to compete further to improve performance. The use of digital marketing with E-commerce facilitates communication between producers and consumers. So there are no more obstacles in every transaction of buying and selling goods or services that can be ordered easily, and it also makes marketing and promotion easier, it can expand the reach of potential consumers with a wide market.

Keywords: *creativity, innovation, entrepreneurship and small business*

ABSTRAK

Pemberian informasi dan berbagai pelatihan kepada masyarakat khususnya untuk generasi muda untuk merangsang kepekaan terhadap permasalahan yang ada di sekitar khususnya di wilayah kuta yang dimana masyarakatnya belum maksimalkan penggunaan teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif. Penugumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dukungan data sekunder lainnya dengan cara menggunakan pencarian internet serta mengkajinya dengan kajian pustaka yang telah ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain pengembangan sistem informasi (konversi digital) melalui aplikasi pemesanan dan berbagai strategi diadopsi, seperti pembuatan platform yang dapat mengoptimalkan dengan membuat program terbaru pendapatan untuk dapat bersaing lebih meningkatkan kinerja. Pemanfaatan digital marketing dengan E – commerce mempermudah komunikasi antara produsen dengan konsumen. Jadi tidak ada kendala lagi dalam setiap transaksi jual beli barang maupun jasa bisa di pesan dengan mudah, dan juga mempermudah pemasaran dan promosi, dapat memperluas jangkauan calon konsumen dengan pasar yang luas.

Kata kunci: kreativitas, inovasi, kewirausahaan dan usaha kecil

PENDAHULUAN

Ditengah pandemi yang terjadi pada saat ini di hampir seluruh kota di Indonesia terutama bali terkena dampak dari sector pariwisata yang mati suri, banyak dari masyarakat bali yang menganggur ataupun beralih profesi menjadi nelayan yang dimana pendapatannya mengikuti alur. Banyak dari masyarakat bali khususnya di desa adat kuta yang mengeluh tentang trobosan dalam membuat strategi pengalihan bisnis dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Pertumbuhan jumlah pengguna internet diiringi dengan pertumbuhan jumlah pengguna layanan media sosial. Kalangan milenial, rakyat Indonesia mempelajari kinerja media sosial dalam pengembangan media sosial hari ini. Penggunaan internet yang terus berkembang pesat di nilai 65% total pengguna internet di tahun 2021 adalah 175 juta penduduk , dan kedua dengan jumlah penggunaan media sosial aktif adalah 59% bdengan jumlah penduduk 160 juta dari 272 total jumlah penduduk

METODE PELAKSANAAN

Pendampingan Pendataan Produk dan Pelatihan Internet Pada tahap ini, mitra harus berperan aktif dalam memberikan informasi dan data-data yang tepat mahasiswa peserta KKN-PPM. Alat bantu identifikasi pada tahap ini dapat berupa kuosioner dan form-form isian pendataan produk. Pendampingan dan Pembuatan Desain Label dan Kemasan. Mahasiswa melakukan pemberdayaan multimedia dasar bagi UMKM terkait desain label dan kemasan.

yang ada di Indonesia dan yang terakhir adalah data pengguna gadget, dan yang terkoneksi sejumlah 124% dengan total 338,2 juta penduduk, meskipun berada di urutan kedua penggunaan media sosial juga erat kaitannya dengan komunikasi, karena pada media sosial penggunaanya juga bisa melakukan komunikasi bukan hanya dalam bentuk pesan juga dalam bentuk video call. mengapa bisnis memiliki peluang bagus. Kekuatan perubahan di era digital sekarang ini,tidak hanya didominasi oleh perusahaan, tetapi Ini juga disambut secara pribadi oleh perkembangan berkelanjutan dari pengguna Internet dengan perangkat seluler Beberapa factor permasalahan dan penyelesaian tentang bagaimana kondisi pengangguran pasca beberapa bulang belakangan ini bandara di tutup dan akses untuk ke bali di batasai sehingga pendapatan masyarakat juga menurun, akibatnya banyak dari masyarakat itu yang mengaggur dan beralih profesi menjadi nelayan dan pelaku usaha mikro

Pendampingan (FGD) Desain Label dan Kemasan Implementasi Hosting dan Domain Pasar Online UMKM Pendampingan Unggah Produk UMKM Kendal Permai 8. Pendampingan Manajemen & Maintenance Pasar Online mengelola pasar online tersebut secara mandiri.

Merupakan tahap penutupan yaitu dilaksanakan kegiatan pameran produk dan peresmian pasar online dalam upaya memperkenalkan aplikasi pasar online

sebagai pusat informasi produk UMKM potensi wilayah dan pusat transaksi dagang secara online khususnya bagi masyarakat kabupaten Kendal dan secara umum bagi wilayah di Indonesia bahkan manca negara. Kegiatan ini juga diharapkan mampu menghasilkan kesepakatan pemahaman bersama khususnya dalam pembinaan Teknologi Informasi dan Komunikasi, serta pembinaan dalam IPTEK yang lain guna tindak lanjut kegiatan program KKN Dengan diterapkannya metode pelaksanaan program hibah KKN tersebut, maka volume pekerjaan bagi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada gambar ini terlihat yaitu Tahap 1 Memberikan bantuan dalam upaya saya media informasi, sebagai sarana menyimpan, mengatur dan menampilkan informasi bisnis yaitu gunakan blog. Blog adalah kumpulan situs pribadi izinkan pembuat dengan mudah menampilkan berbagai jenis konten di web, misalnya, makalah, tautan Internet, dokumen (file Word, PDF, dll.), Gambar atau multimedia Oleh karena itu, pabrikan dapat terus memperbarui informasinya dan memberikan tautan berikut: Situs lain yang dianggap penting dan menarik dapat memberikan kemudahan komentar dari pemilik blog dan lainnya. Melalui blog ini, UKM dapat mengelola informasi bisnis dengan mudah dan murah. Berdasarkan beberapa hasil kegiatan desulfurisasi gas buang tersebut, diperoleh kesepakatan untuk dibuatnya sebuah blog Berisi konten, termasuk informasi profil bisnis, kegiatan bisnis, katalog produk, dan tautan terkait. Tautan terkait termasuk hubungan atau jaringan dengan badan pemerintah daerah sebagai pembina dan pelindung bisnis,

mahasiswa peserta program dapat diwujudkan

Untuk dapat mewujudkan program aplikasi e-commerce yang digunakan sebagai pasar online UMKM maka perancangan proses sistem harus diimplementasikan sebagai acuan proses bisnis dari e-commerce yang dibangun. Terdapat 7 (tujuh) desain proses dalam aplikasi pasar online UMKM, yaitu registrasi pembeli, upload produk, pengelolaan diskon produk, pemesanan produk, konfirmasi pembayaran pembeli, konfirmasi pembayaran manajemen, dan konfirmasi pengiriman barang.

atau bekerja sama dengan pihak yang dapat memberikan nilai kepercayaan masyarakat terhadap UMKM tersebut. Untuk dapat memberikan konten katalog produk yang lebih menarik, pelaku UMKM juga diberdayakan tentang aplikasi desain untuk dapat membuat displai produk secara menarik, label dan desain kemasan yang representatif, bahkan brend usaha.



Logo 1 : (Abon Ikan , Ngabon Kuy)



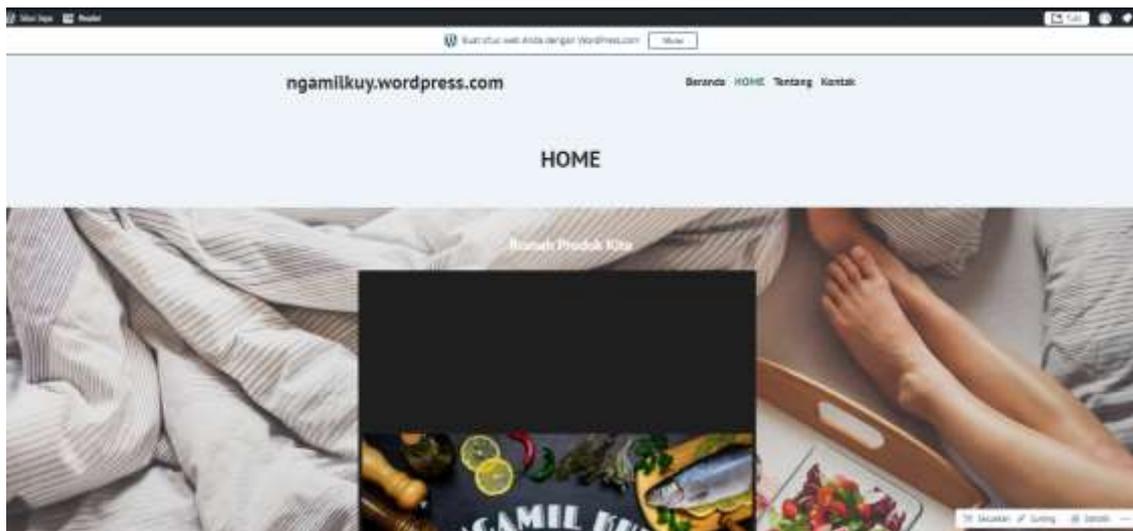
Hasil tahap I dari program KKN



Logo 2 Produk Kedua Pemppek Udang

BLOG UMKM HASIL PROGRAM :

Ngamilkuy.co	https://wordpress.com/page/ngamilkuy.wordpress.com
--------------	--



Tahap Kedua (II) Adalah tahap mempromosikan usaha UMKM melalui media sosial. UMKM juga diberdayakan untuk dapat memanfaatkan hasil Teknologi Informasi berupa media sosial seperti Instagram dan facebook. Sebagai media promosi dan pemasaran. Inilah intinya kegiatan KKN Dengan cara ini, peserta UMKM dapat memberikan informasi produk dan lakukan upaya yang jelas dan lengkap untuk teman sosial

melalui tautan ke blog media memiliki. Tahap kedua bisa dilihat pada gambar

Fokus otorisasi yaitu mengimplementasikan aplikasi pasar online, yaitu sekumpulan aplikasi jual beli online yang cocok untuk peserta UMKM. Untuk memiliki aplikasi e-commerce, UMKM akan mendampingi proses bisnis yang dirancang untuk penggunaan online Pasar, termasuk aturan belanja, aturan pembayaran, aturan pengembalian produk, aturan keluhan

pembeli, aturan pengiriman barang, dan kebijakan privasi, termasuk perjanjian hukum yang berlaku, untuk melindungi kepentingan pemilik pasar online dan asosiasi pengelola dalam transaksi penjualan, peserta UMKM adalah penjual atau pemasok produk, serta pembeli. Pada tahap ketiga, UMKM juga memberikan pendampingan untuk dapat menjalankan aplikasi dan menjalankan proses bisnis yang dibuat melalui

simulasi. Oleh karena itu, melalui tiga tahapan model otorisasi berbasis teknologi informasi untuk UMKM diharapkan peserta UMKM dapat siap memasuki pasar. global melalui sarana dan penguasaan aplikasi teknologi informasi tepat guna, yaitu Weblog dan aplikasi e-commerce dengan domain ngamilkuywordpress.com yaitu marketplace yang digunakan sebagai media informasi produk

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan Berdasarkan kajian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Masih Terbatasnya Pemanfaatan Teknologi informasi pada pelaku umkm baik terlihat dari penggunaan komputer maupun internet dalam pengelolaan usahanya
2. Beberapa Faktor – factor kunci (penghambat dan potensi pendukung) yang menentukan tingkat pemanfaatan teknologi informasi pada pelaku UMKM di desa ada KUTA, kecamatan KUTA

Saran-Saran

Berdasarkan faktor-faktor kunci pemanfaatan TI pada UMKM di Kota Jambi, dapat direkomendasikan strategi percepatan adopsi penggunaan TI yaitu:

1. Penyediaan infrastruktur
2. Penyediaan tenaga ahli di bidang TI
3. Pemberian modal awal untuk pengembangan TI
4. Sosialisasi Manfaat TI dalam Pengembangan usaha UMKM

REFERENCES

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, D., Nelson, R., Todd, P., 1992. Perceived Usefulness, ease of use, and Usage of Information Technology: A Replication. Management Information System Quarterly.
- Buckingham, A., Saunders, P., 2003. The Survey Methods Workbook. New Hampshire: Odyssey Press, Inc.
- Dajan, A, 1986. Pengantar Metode Statistik Jilid 2. Jakarta: LP3ES.
- ITU, 2009. Manual for Measuring ICT Access and Use by Households and Individual.
- Kominfo, 2010. Indonesia ICT White Paper, Jakarta: Menkominfo.
- Levy, P.S., Lemeshow, S., 1999. Sampling of Populations Methods and Application 3rd ed. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Mismail, B., 1995, dalam Chin dan Todd, P., A., 2002, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan komunikasi (TIK).
- Karmawan, I.G.M, 2014, Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis E-Commerce Pada Perusahaan AMAZON.COM, ComTech Vol. 5 No. 2 Desember 2014: 748-762
- Madcoms., 2008. PHP & MySQL Untuk Pemula. Andi Offset, Yogyakarta.
- Mardiana D., 2012, Untuk Kendal Maju – Profil Paguyuban Kendal Permai, Kendal: Paguyuban Kendal Permai.
- Mokoginta, D., 2008, BLOG, Diakses pada tanggal 28 Oktober 2014 dari World Wide Web: <http://www.unej.ac.id/files/pdf2/deydi-blog.pdf>.
- Ridho, R. 2013, Bupati Kendal Raih Piagam Penghargaan dari KKP, Diakses pada tanggal 2 Desember 2013 dari World Wide Web: <http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/news/2013/10/21/176537/Bupati-Kendal-RaihPiagam-Penghargaan-dari-KKP>.
- RKPD Kendal, 2013, Rencana Kerja Pembangunan Daerah Kabupaten Kendal Tahun Anggaran 2013, Diakses pada tanggal 3 Desember 2013 dari World Wide Web: http://bappeda.kendalkab.go.id/index.php?option=com_phocadownload&view=category&download=52:rkpd-2013&id=11:dokumenperencanaan&Itemid=104.