

Strategi Pemasaran Produk UMKM Desa Cikakak Berbasis Teknologi

M. Yoka Fathoni^{*1}, Sena Wijayanto², Sandhy Fernandez³, Dasril Aldo⁴, Darmansah⁵

^{1,2,3}Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

⁴Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

⁵Program Studi Teknologi Informasi, Institut Teknologi Mitra Gama

^{1,2,3,4}Institut Teknologi Telkom Purwokerto;

Jln. Di Panjaitan No.128 Karangreja, (0281) 641629

⁵Institut Teknologi Mitra Gama; Babussalam, Kec. Mandau, Kab. Bengkalis, (0765) 597342

e-mail: ^{*1}myokafathoni@ittelkom-pwt.ac.id, ²sena@ittelkom-pwt.ac.id, ³sandhy@ittelkom-pwt.ac.id, ⁴dasril@ittelkom-pwt.ac.id, ⁵darmansah071@gmail.com

Abstrak

Pada saat ini strategi pemasaran berbasis teknologi merupakan suatu alternative pilihan masyarakat untuk berbelanja secara online. Metode yang dipakai dalam penjualan yang digunakan untuk pemasaran sebelumnya seperti melalui media whatsapp/ Instagram. Dengan adanya marketplace sebagai media penjualan mampu membuat sistem pemasaran menjadi lebih efektif, efisien dan mudah sehingga Masyarakat Desa Cikakak dapat mengenal marketplace sebagai media penjualan online. Tujuan dari pengabdian ini merupakan untuk menambah wawasan masyarakat Desa Cikakak dari fungsi media promosi dan penjualan elektronik untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam memperkenalkan product UMKM ke dalam media marketplace. Jenis pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan cara pelatihan langsung ke Desa Cikakak. Hasil pengabdian berupa pembuatan toko online di marketplace dengan menggunakan media promosi seperti Shopee, Tiktoshop dan Google My Business yang dapat membantu serta mempermudah mengurangi biaya yang dikeluarkan, dapat menyampaikan informasi secara detail dan cepat mengenai produk kepada pelanggan, sehingga produk dari UMKM desa Cikakak dapat dikenal lebih luas. Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membantu Desa Cikakak untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal serta dapat bersaing dengan toko offline maupun online yang sejenis.

Kata kunci: Pemasaran, UMKM, Cikakak, Marketplace

1. PENDAHULUAN

Desa Cikakak merupakan salah satu dan 12 desa yang ada di wilayah Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas. Jaraknya 4 km Ke Kota Kecamatan dan 25km dan Purwokerto. Kalau menuju Desa Cikakak dan Ajibarang terus keselatan 7 km. Daerah Cikakak yang luasnya 595.400 Ha. Tanahnya bergunung-gunung yang terbagi menjadi 5 Wilayah Kadus, 10 Rw dan 37 Rt serta 11 Wilayah Grumbul yaitu Winduraja Wetan, Winduraja Kulon, Pleped, Bandareweng. Baron, Bogem, Boleran, Cikakak, Pekuncen, Gandarusa dan Planjan.

Desa Cikakak memiliki potensi ekonomi yang sangat bagus dalam hal pariwisata dan UMKM untuk bisa di pasarkan ke dunia luar. Saat ini UMKM yang terdapat di Desa Cikakak di kelola kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang di bawahi oleh BUMDES Desa Cikakak. Dalam perjalanan mengembangkan potensi yang ada di Desa Cikakak, Pokdarwis mengalami beberapa kendala, mulai dari pendanaan, sarana dan prasarana dan sampai kepada promosi product UMKM Desa [1].

Melihat hal tersebut tim melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul Strategi Pemasaran Produk UMKM Desa Cikakak Berbasis Teknologi. Dimana dengan diadakannya pengabdian kepada masyarakat ini di harapkan Pengurus dan Masyarakat Desa dapat memaksimal Potensi UMKM atau Wisata yang ada di desa tersebut dengan melalui promosi di *Marketplace*. Pemanfaatan marketplace shopee paling sering digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran [2]. Media yang digunakan tidak hanya shopee dan tiktok shop tapi bisa juga seperti facebook yang dapat digunakan sebagai metode penjualan berbasis online sehingga bisa lebih meningkatkan pemasaran suatu produk [3].

Masalah yang terjadi di sektor e-commerce/ portofolio produk bervariasi tergantung pada banyak variabel seperti persaingan, profitabilitas, kepuasan pelanggan, musiman, dll. Masalah ini adalah salah satu masalah berlapis dari industri e-commerce [4]. Proses berbagi informasi di antara konsumen e-marketplace dapat membuat kepercayaan dan ketidakpercayaan pada produk yang dijual. Kepercayaan suatu produk kepada penjual membantu konsumen untuk membuat keputusan keinginan untuk membeli barang/produk yang di inginkan [5]. Dalam hal ini kita perlu upaya untuk memperoleh data yang dikumpulkan dengan cara mendistribusikan kuesioner dan tinjauan pustaka sehingga dapat mengumpulkan informasi mengenai tren pasar online yang sedang terjadi pada saat ini [6].

Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan salah satu bentuk kegiatan dosen sebagai Tridharma. Proses pengabdian tidak hanya dilakukan ditengah masyarakat melainkan bisa dilakukan pada sekolah-sekolah dengan cara pelatihan yang diberikan dapat membantu para guru-guru untuk menambah wawasan [7],[8]. Kegiatan pengabdian lain nya bisa berupa pelatihan langsung kepada petani seperti memberikan pelatihan yang bermanfaat bagi keberlangsungan pertanian [9].

Berdasarkan hasil kajian situasi dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tim merumuskan masalah yang akan diselesaikan dalam pengabdian masyarakat yaitu “Strategi Pemasaran Produk UMKM Desa Cikakak Berbasis Teknologi”.

Dengan dilaksanakannya pengabdian masyarakat ini diharapkan Pemerintah Desa serta masyarakat Desa Cikakak terutama Pokdarwis dan Pengurus UMKM bisa menerapkan dan mengimplementasikan Strategi Pemasaran dan Produk UMKM guna untuk memberikan dampak positif terhadap kemajuan Desa Cikakak kedepannya.

2. METODE

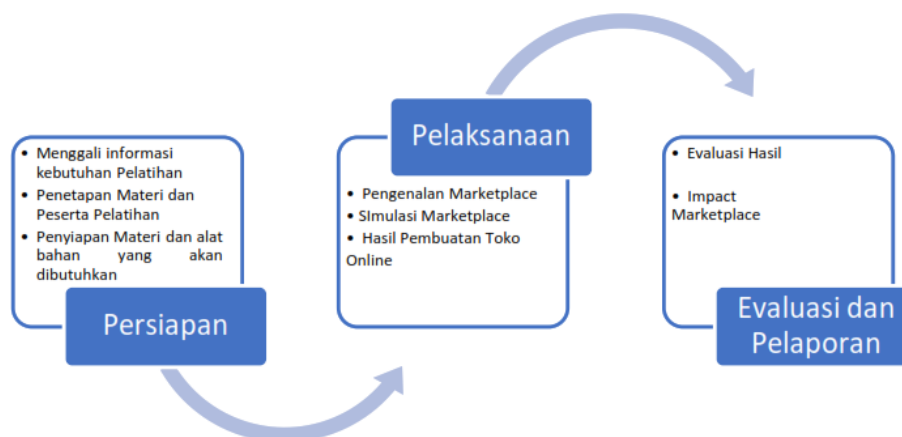
Pada pengabdian ini untuk penyampaian informasi dan pelatihan kepada pengurus Bumdes, pengurus Pokdarwis dan pengurus UMKM Desa Cikakak, tim merumuskan dan menyampaikan materi seperti berikut ini:

1. Pengantar Strategi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Teknologi
2. Peran Masyarakat Untuk Memajukan Ekonomi Desa Melalui UMKM
3. Membuat Profile Bisnis Di G-Maps
4. Desa Produktif Dengan Meningkatkan Kreativitas Masyarakat
5. *Impact Marketplace Terhadap UMKM*

Adapun kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memperkenalkan konsep dasar Strategi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Teknologi dengan 3. Membuat *Profile* Bisnis Di G-Maps. Agar materi yang didampaikan dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat desa, maka tim melakukan beberapa metode dalam pengabdian ini, diantaranya sebagai berikut ini:

1. Metode ceramah, digunakan oleh instruktur untuk menyampaikan materi yang berupa informasi atau teori.
2. Metode tanya jawab, digunakan untuk memberikan kesempatan bagi peserta untuk bertanya materi yang belum jelas dalam pemahamannya.
3. Metode demonstrasi, digunakan oleh instruktur untuk memperagakan cara-cara melakukan materi di atas.
4. Metode diskusi, digunakan pada waktu setelah dilakukan evaluasi hasil.

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat meliputi rangkaian seperti pada gambar 1. dapat dijelaskan sebagai berikut [1] :



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

Adapun kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memperkenalkan konsep dasar serta jenis dan manfaat dari penerapan *marketplace* pada UMKM. Agar materi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat desa, maka tim melakukan beberapa metode dalam pengabdian ini, diantaranya sebagai berikut ini:

1. Tahap persiapan, yaitu melakukan *survey* dan diskusi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan pada saat pelatihan, serta menetapkan sasaran dalam pelatihan. Pada tahap persiapan juga dilakukan mempersiapkan materi dan alat peraga untuk digunakan pada pelatihan.
2. Pelaksanaan pelatihan, meliputi kegiatan pelatihan yang berupa teori dan praktek, untuk mengukur keberhasilan pelatihan, dilakukan pengisian kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan.
3. Evaluasi dan pelaporan, meliputi kegiatan evaluasi keberhasilan pelatihan dan pelapor.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Kegiatan

Hasil dari pengabdian masyarakat dengan judul Strategi Pemasaran Produk UMKM Desa Cikakak Berbasis Teknologi, dapat di simpulkan seperti berikut ini:

1. Kehadiran Peserta
Peserta pelaksanaan pelatihan terdiri dari 31 orang yang bersumber dari Pengurus Bumdes, Pengurus Pokdarwis dan Pengurus UMKM.
2. Partisipasi dan Kesungguhan Peserta
Partisipasi dan kesungguhan peserta dalam mengikuti pelatihan mulai materi yang berupa informasi ataupun teori dapat dikatakan baik dan diterima oleh peserta. Hal ini terbukti dari kesungguhan peserta dalam memperhatikan materi yang disampaikan oleh instruktur dan juga keaktifan peserta dalam bertanya berbagai hal terkait.
3. Hasil Pemaparan Materi
Berdasarkan hasil pengamatan selama pelaksanaan dan pemantauan yang telah dilaksanakan, didapat hasil yaitu peserta sangat antusias dan memperhatikan materi yang disampaikan.



Gambar 2. Cover Materi Strategi Pemasaran Produk UMKM

3.2. Pembahasan

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Cikakak berjalan dengan aman dan lancar. Tidak ada hambatan hambatan yang terjadi. Kemudian pada penyampaian materi dalam pengabdian ini di lakukan selama 150 menit dengan cara bergantian setiap materi 30 menit. Adapun pembagiannya yaitu menjadi 5 sesi, adapun materi yang di sampaikan seperti yang telah dijelaskan di atas. Berikut ini proses kegiatan yang sedang berlangsung:



Gambar 3. Foto kegiatan yang sedang berlangsung

Hasil dari kegiatan ini berupa pemahaman mengenai konsep pembuatan toko online di *marketplace*, pembuatan toko online menggunakan *marketplace* Shopee dan tiktok shop sehingga kompetensi para masyarakat UMKM di desa Cikakak dapat meningkat. Dari hasil sebaran kuisisioner dapat dilihat bahwa para UMKM sangat antusias mengikuti pelatihan serta menginginkan lanjutan dari pelatihan yang telah diberikan.

Impact yang dihasilkan kepada masyarakat UMKM secara langsung adalah dapat mengembangkan usaha lebih luas lagi dengan metode penjualan secara *online* melalui media *marketplace* yang sedang marak digunakan oleh masyarakat umum seperti shopee dan tiktok shop, sehingga bisa lebih dikenal oleh masyarakat umum terutama diluar desa Cikakak. Berikut foto bersama para peserta UMKM di desa Cikakak.



Gambar 4. Foto Bersama Setelah Kegiatan Pelatihan

4. KESIMPULAN

Pelatihan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pembuatan *marketplace* di aplikasi shopee dan Tiktok Shop. Hasil pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa peserta dalam hal ini adalah pengurus Bumdes, Pengurus Pokdarwis dan Pengurus UMKM merasa terbantu dengan adanya pengabdian kepada masyarakat ini dan berharap pengabdian seperti ini bisa dilakukan dimasa yang akan datang.

5. SARAN

Saran yang dapat diajukan berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan yaitu pengurus Bumdes, pengurus Pokdarwis dan pengurus UMKM meminta agar pengabdian masyarakat ini bisa terus di adakan untuk masa yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM Institut Teknologi Telkom Purwokerto yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat sehingga dapat berjalan dengan lancar, serta Desa Cikakak yang telah berkenan menjadi mitra kegiatan pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Y. Fathoni, D. Darmansah, S. Wijayanto, and D. Aldo, "Pengenalan E-Commerce Pada Pokdarwis Desa Cikakak Dalam Hal Upaya Pengembangan UMKM," *IJCOSIN Indones. J. Community Serv. Innov.*, vol. 2, no. 2, pp. 112–118, 2022.
- [2] A. Desiani *et al.*, "Pemanfaatan marketplace shopee sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran kain songket," *J. Inov. Has. Pengabdi. Masy.*, vol. 4, no. 2, p. 209, 2021.
- [3] A. Susanto, C. A. Sari, D. R. I. Moses, E. H. Rachmawanto, and I. U. W. Mulyono, "Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online," *Abdimasku J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 1, p. 42, 2020.

- [4] M. A. Ekmis, M. F. B. Solmaz, A. Kiziltan, and M. Asil, "Multi Criteria Decision Making with Marketplace Products Dynamics for Marketplace Product Selection," pp. 1–5, 2022.
- [5] P. Porntrakoon and C. Moemeng, "A model for multi-dimensional trust measurement in Thailand E-marketplace," *ECTI-CON 2017 - 2017 14th Int. Conf. Electr. Eng. Comput. Telecommun. Inf. Technol.*, pp. 73–76, 2017.
- [6] Santy, B. S. Nugroho, V. August, and G. Maharlian, "Feasibility study and prototype design of freelancer online marketplace," *Proc. 2020 Int. Conf. Inf. Manag. Technol. ICIMTech 2020*, no. August, pp. 858–863, 2020.
- [7] M. Y. Fathoni, R. Nisa, S. Amriza, S. Wijayanto, and D. Januarita, "Pengembangan Kompetensi Bahan Ajar Pada Sekolah Dasar Negeri Panembangan Cilongok Menggunakan Prezi," vol. 2, no. 1, pp. 7–13, 2022.
- [8] M. Y. Fathoni, D. A. Prabowo, S. Fernandez, and C. Prihantoro, "Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran yang Informatif dan Kreatif Menggunakan PowerPoint Bagi Guru SDN Wiradadi Pendahuluan Metode," pp. 69–74, 2022.
- [9] B. Muslim, S. T. Informatika, U. Putra, and I. Cianjur, "Pelatihan Pembuatan Pestisida Alami Bagi Petani Padi di Sindang Barang," vol. 2, no. 6, pp. 663–670, 2022.