

## APLIKASI DIGITAL MARKETING UNTUK MANAJEMEN USAHA DALAM PENGEMBANGAN UMKM

<sup>1</sup>Baenil Huda,  
<sup>2</sup>Siti Nurhabibah,  
<sup>3</sup>Ricky Prayoga,

<sup>1</sup>Sistem Informasi, <sup>2-3</sup>Manajemen.  
Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, UBP Karawang  
Jl. HS.Ronggo Waluyo, RT.014/RW.009, Puseurjaya, Telukjambe Timur,  
Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361

<sup>1</sup> [Baenil88@ubpkarawang.ac.id](mailto:Baenil88@ubpkarawang.ac.id)

<sup>2</sup> [mn18.sitinurhabibah@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn18.sitinurhabibah@mhs.ubpkarawang.ac.id)

<sup>3</sup> [mn18.rickyprayoga@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn18.rickyprayoga@mhs.ubpkarawang.ac.id)

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu (a). untuk membangun ekonomi pedesaan melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memberikan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, dan pengentasan kemiskinan masyarakat pedesaan. (b). untuk memudahkan perencanaan kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang efektif dan efisien dengan memperluas akses infrastruktur, teknologi, permodalan, kelembagaan UMKM dan perbaikan iklim ekonomi yang lebih baik untuk mendukung dan meningkatkan daya saing masyarakat pedesaan di pasar global. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yaitu dengan metode studi kasus dan metode pengembangan sistem yaitu dengan model waterfall. Kemudian dilengkapi perangkat teknologi informasi dalam memproposikan hasil produk UMKM Desa. Dari hasil penelitian ini diharapkan masyarakat Desa Pulokalapa dapat mengembangkan usahanya dan dapat bersaing di pasar global.

**Kata Kunci** : UMKM, Waterfall, pasar global.

### PENDAHULUAN

Untuk membangun ekonomi pedesaan melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memberikan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, dan pengentasan kemiskinan masyarakat pedesaan. Untuk memudahkan perencanaan kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang efektif dan efisien dengan memperluas akses infrastruktur, teknologi, permodalan, kelembagaan UMKM dan perbaikan iklim ekonomi yang lebih baik untuk mendukung dan meningkatkan daya saing masyarakat pedesaan di pasar global.

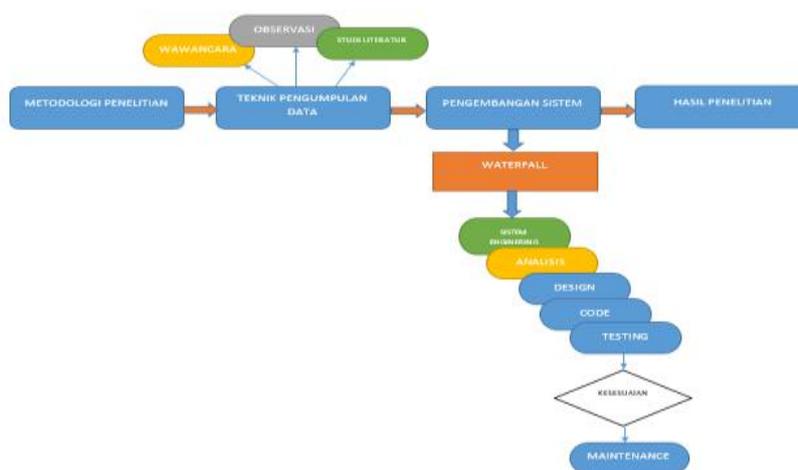
Untuk menggugah kesadaran masyarakat akan pentingnya menumbuhkan daya kreativitas dan berwirausaha dengan menghasilkan produk-produk UMKM yang berkualitas dan unggul dalam bersaing di pasar global. Kegiatan KKN memberikan bantuan baik moril maupun materil seperti pemikiran, metode, alat dan bahan yang dapat

bermanfaat untuk kemajuan dan pemberdayaan masyarakat. Tersedianya berbagai informasi dalam rangka memberikan rekomendasi kebijakan pengembangan berkaitan dengan dinamika Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah pedesaan.

## METODE PENELITIAN

### Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian ini disusun berdasarkan hasil dari analisis terhadap model penelitian yang akan digunakan, hasil dari pada pemilihan pengembangan sistem maka digunakan model Waterfall, berikut merupakan flowgraf metodologi penelitian ini:



Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian

### Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode yang digunakan yaitu metode studi kasus. Gempur Santoso (2005:30) mengatakan bahwa studi kasus adalah penelitian yang pada umumnya bertujuan untuk mempelajari secara mendalam terhadap suatu individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat tertentu. Tentang latar belakang, keadaan sekarang, atau interaksi yang terjadi.

Deskriptif Kualitatif (Nana Sudjana : 203) adalah penelitian yang data-datanya berupa kata-kata (bukan angka-angka, yang berasal dari wawancara, catatan laporan, dokumen dll) atau penelitian yang di dalamnya mengutamakan untuk pendiskripsian secara analisis sesuatu peristiwa atau proses sebagaimana adanya dalam lingkungan yang alami untuk memperoleh makna yang mendalam dari hakekat proses tersebut

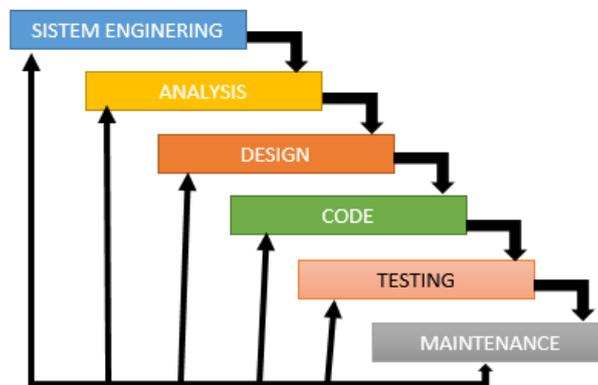
Dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga macam teknik pengumpulan data, yaitu: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

## Metode Pengembangan Sistem Informasi

Metode pengembangan sistem yang digunakan untuk membangun sistem ini adalah Model Waterfall. Waterfall adalah suatu metode pengembangan perangkat lunak yang mengusulkan pendekatan kepada perangkat lunak sistematis dan sekuensial yang mulai pada tingkat kemajuan system pada seluruh analisis, design, kode, pengujian dan pemeliharaan.

Alasan peneliti menggunakan metode waterfall karena pengaplikasian menggunakan model ini mudah, kelebihan dari model ini juga ketika semua kebutuhan sistem dapat didefinisikan secara utuh, eksplisit dan benar di awal project, maka waterfall dapat berjalan dengan baik dan tanpa masalah. Walaupun tahap demi tahap yang dilalui harus menunggu selesainya tahap sebelumnya dan berjalan berurutan.

Beberapa tahap-tahap metode waterfall, yaitu: seperti gambar di bawah ini.



Gambar : Metode Waterfall

Secara detail penjelasan gambar, yaitu:

1. *System Engineering*, merupakan bagian awal dari pengerjaan suatu proyek perangkat lunak. Dimulai dengan mempersiapkan segala hal yang diperlukan dalam pelaksanaan proyek.
2. *Analysis*, merupakan tahapan dimana *System Engineering* menganalisa segala hal yang ada pada pembuatan proyek atau pengembangan perangkat lunak yang bertujuan untuk memahami sistem yang ada, mengidentifikasi masalah dan mencari solusinya.
3. *Design*, merupakan tahapan penerjemah dari keperluan atau data yang telah dianalisis ke dalam bentuk yang mudah dimengerti oleh pemakai (*user*).
4. *Coding*, merupakan tahapan penerjemah data yang dirancang ke dalam Bahasa pemrograman yang telah ditentukan.
5. *Testing*, merupakan tahapan uji coba terhadap sistem atau program setelah selesai dibuat.

6. *Maintenance*, merupakan tahapan penerapan sistem secara keseluruhan disertai pemeliharaan jika terjadi perubahan struktur, baik dari segi *software* maupun *hardware*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan manajemen dan legalitas usaha, agar produk UMKM yang dihasilkan Desa Pulokalapa dapat lebih berdaya saing, dengan memberi solusi dari berbagai permasalahan yang dihadapi sebagai berikut :

- Aspek pemasaran terbatasnya pangsa pasar dan kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam media pemasaran.
- Aspek produksi kurangnya kemampuan dalam membuat variasi produk serta peralatan yang digunakan masih sederhana.
- Aspek legalitas masih dalam tahap proses karena masih baru usia usahanya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Amud selaku Pelaku UMKM di Desa Pulokalapa yaitu Jahe Merah Shafa Ar-Rahma ada beberapa tahapan yang menjadi bagian dari manajemen usaha dan strategi pemasaran produknya, yaitu sebuah perencanaan UMKM Manajemen Usaha dan Strategi Distribusi Pemasaran UMKM Jahe Merah Ar-Rahma.

### Proses Perencanaan

Proses Perencanaan UKM untuk mengelola usaha bisnis, terlebih dahulu merumuskan bagaimana proses perencanaan strategi bisnis perusahaan Proses perencanaan strategi bisnis perusahaan adalah dengan merumuskan misi usaha, misi selalu mencoba untuk menjawab pertanyaan sebagai berikut :

- Apakah alasan kita untuk melakukan ini?
- Apakah bisnis kita dan apakah dasar tujuan kita?
- Apakah produk atau jasa yang kita pasarkan?
- Apa yang akan kita lakukan bagaimana bentuk badan usaha kita?

Dapat disimpulkan bahwa misi penting karena :

- Harus merumuskan strategi yang harus dipakai, pasar manayang harus diprioritaskan dan mana yang harus diabaikan.

- Misi menentukan standar perilaku etika pribadi, etika adalah gabungan daripada kewajiban pribadi untuk melakukan apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap tidak baik dari segi moral.
- Misi juga menggambarkan kewajiban untuk mementingkan kepentingan umum diatas kepentingan pribadi.

### **Strategi distribusi pemasaran produk melalui media online**

Pemasaran online melalui toko online membantu perusahaan terutama usaha kecil menengah untuk mempromosikan dan memasarkan produk ataupun jasa yang mereka miliki. Pemasaran secara online juga dapat membuka peluang dan pasar baru yang sebelumnya belum ada karena keterbatasan waktu, jarak dan dalam melaksanakan komunikasi. Adanya pemasaran online yang terbuka lebar untuk diakses, maka konsumen berkesempatan dan memiliki akses untuk mengetahui produk yang akan di tawarkan dan tertarik untuk melakukan belanja online. (Supriyanto & Hana, 2020)

## **Permasalahan dan Solusi**

### **Permasalahan**

Jauhnya *supplier* jahe karena di Desa Pulokalapa tidak ada lahan perkebunan jahe. Melihat kondisi iklim di desa pulokalapa cocok untuk pertumbuhan jahe merah.

1. Mahalnya harga bahan baku jahe merah yang di Karawang

### **Solusi**

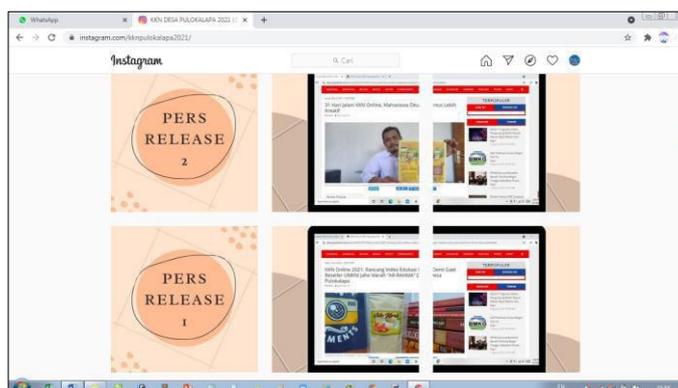
1. Mencari *supplier* yang lebih dekat dengan harga terjangkau.
2. Petani yang di desa pulokalapa sebaiknya lebih memahami cara tentang budidaya jahe merah.

## **Pengembangan Potensi UMKM**

Untuk Pemasarannya sudah ke berbagai daerah diantaranya Banten, Jakarta, Kalimantan, Bandung dan lain sebagainya. Promosi produk melalui media sosial seperti Instagram, *whatsapp* dan *facebook* , serta dibantu dengan youtube, yang nantinya akan dikirim ke daerah tersebut. Selain itu Bapak Amud juga sudah mempunyai *reseller*. Untuk lebih mengembangkan pemasaran olahan jahe merah melalui *e-commerce*.



Gbr. Promosi UMKM melalui akun ytube



Gbr. Promosi UMKM melalui akun IG

## Program Lain

Rencana tahapan berikutnya adalah mengembangkan UMKM sebagai salah satu bentuk perekonomian rakyat yang memiliki peran besar dalam perekonomian negara, memerlukan model manajemen usaha. Model manajemen usaha ini mengadopsi dari manajemen perusahaan, yang bekerja pada aspek manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran. Dalam aplikasi manajemen usaha tersebut, dikembangkan kriteria pengukuran kinerja yang dapat diadopsi dan diaplikasikan secara praktis. Pelaku UMKM juga harus mampu melakukan analisis SWOT atas usahanya sehingga mampu menilai keadaan sekarang, baik terhadap pesaing, maupun perkembangan usaha dan evaluasi usahanya.

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

### Kesimpulan

1. Dengan adanya pengelolaan UMKM yang baik, maka diharapkan dapat meningkatkan kegiatan ekonomi desa sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Pulokalapa.
2. UMKM Jahe Merah merupakan usaha yang didirikan oleh keluarga bapak amud yang dibantu oleh istri dan anaknya. Usaha tersebut baru berdiri selama 2 minggu. Melihat Kondisi saat ini dengan membuat minuman instan jahe merah dapat membantu masyarakat dalam hal kesehatan tubuh. Dengan adanya UMKM ini dapat membuka peluang bagi masyarakat Desa Pulokalapa untuk membantu perekonomian yang sedang menurun akibat pandemi ini.

### Implikasi

1. Melakukan survey kepada warga sebaik-baiknya bagaimana tingkat pengetahuan masyarakat tentang teknologi.
2. Dukungan dan perhatian aparat Desa Pulokalapa sudah sangat baik harus lebih ditingkatkan lagi dari segi administrasi arsip desa.
3. Lebih terbuka dalam memberikan data mengingat data yang diberikan kepada mahasiswa bukan hanya untuk kepentingan mahasiswa saja tetapi untuk mengupdate data profil desa yang terbaru di kemendagri
4. Harus dikembangkan sektor ekonomi, terutama ekonomi kreatif seperti Bumdes alat penetas telur yang bisa menjadi cara jitu untuk meningkatkan ekonomi masyarakat

## DAFTAR PUSTAKA

- B.Huda, S.Apriyanto Vol 4 No 1 ISSN : 2541-6995 E ISSN : 2580-5517, APLIKASI SISTEM INFORMASI LOWONGAN PEKERJAAN BERBASIS ANDROID DAN WEB MONITORING, Jurnal Buana Ilmu 4 (1), 11-24
- Ii, B. A. B., Pustaka, A. K., Perkembangan, T., & Mikro, U. (2017). *No Title*. 11–46.
- Kabupaten, J., Barat, H., Lumintang, J., & Kawung, E. J. R. (2019). *HOLISTIK, Vol. 12 No. 2/ April – Juni 2019. 12(2)*, 1–20.
- Kamal, M. A., Kurniawan, M., & Santoso, I. (2019). *Analisis Harga Jual dan Strategi Penjualan Produk Es Krim di UKM Gelali Kecamatan Sukun Kota Malang. 1*, 155–161.
- Mochamad Reza Rahman, Oktavianto, M. R., & Paulinus. (2013). *Perkembangan UMKM (*

*Usaha Mikro Kecil Dan Menengah ) Di Indonesia. 377–386.*

Sri, A., & Dewi, K. (2014). *SE B AGAI UP AYA DAL AM M E NINGKAT KAN P E NDAP AT AN ASL I DE SA ( P AD es ) SE RT A MENUMBUHKAN PEREKONOMIAN DESA. V(1), 1–14.*

Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 199. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8640>