

SOSIALISASI PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI MEDIA PEMASARAN MELALUI PROFIL UMKM

Mohammad Fadli Perdana
Universitas Buana Perjuangan Karawang
Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Buana Perjuangan Karawang
mohammad.fadli@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

UMKM adalah sebuah bisnis yang mempunyai peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Di Indonesia khususnya, UMKM memiliki peran yang cukup besar dalam perekonomian negara. Dalam persaingan bisnis era globalisasi, UMKM perlu menyusun dan meninjau ulang strategi bisnis yang dilakukan. Pemanfaatan teknologi informasi dapat menjadi suatu hal yang sangat penting untuk membangun sebuah strategi bisnis maupun mempromosikan produk yang dijual oleh UMKM. UMKM KWT Kenanga masih melakukan pemasaran dengan cara tradisional yaitu dengan menjual produk dengan cara keliling maupun pemasaran melalui konsumen dari mulut ke mulut. Dengan dilakukan sosialisasi pemanfaatan teknologi informasi sebagai media pemasaran melalui profil UMKM diharapkan UMKM KWT Kenanga mampu berkembang lebih eksis dan memasarkan produknya lebih jauh.

Kata kunci— *UMKM, Teknologi Informasi, Pemasaran, Profil*

Abstract

MSME is a business that has an important role in increasing economic growth in a country. In Indonesia in particular, MSMEs have a significant role in the country's economy. In the business competition era of globalization, MSMEs need to develop and review their business strategies. Utilization of information technology can be a very important thing to build a business strategy and promote products sold by MSMEs. KWT Kenanga SMEs still do marketing in the traditional way, namely by selling products by way of traveling and marketing through consumers through word of mouth. By socializing the use of information technology as a marketing medium through the MSME profile, it is hoped that KWT Kenanga MSMEs will be able to develop more exist and market their products further.

Keywords—*MSME, Information Technology, Marketing, Profile*

PENDAHULUAN

UMKM adalah sebuah bisnis yang mempunyai peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Di Indonesia khususnya, UMKM memiliki peran yang cukup besar dalam perekonomian negara. Jenis usaha ini dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan besar. Salah satunya adalah

Karawang, 28 Februari 2023

UMKM KWT Kenanga yang berlokasi di Desa Tanjung Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang. UMKM KWT Kenanga memproduksi dua macam produk yaitu produk minuman jahe kencur instan dan kerupuk kencur. UMKM KWT Kenanga masih melakukan pemasaran dengan cara di jual keliling ataupun dari mulut ke mulut. Untuk meningkatkan penjualan sebuah produk, tidak hanya mengandalkan kualitas dan ke khas-an dari sebuah produk, melainkan bagaimana strategi sebuah UMKM dalam mempromosikan produknya.

Dalam persaingan bisnis era globalisasi, UMKM perlu menyusun dan meninjau ulang strategi bisnis yang dilakukan. Pemanfaatan teknologi informasi dapat menjadi suatu hal yang sangat penting untuk membangun sebuah strategi bisnis maupun mempromosikan produk yang dijual oleh UMKM. Esensi dari persaingan tidak hanya dilihat dari produknya yang murah, namun bagaimana UMKM tersebut mengenalkan diri mereka dan juga produk yang dijualnya. Maka dalam hal ini UMKM perlu diberikan sosialisasi untuk pemberdayaan SDM yang dimilikinya sehingga mampu memanfaatkan teknologi informasi yang mereka miliki. Komponen utama pemberdayaan dalam hal ini adalah kemampuan individu untuk mendapatkan kontrol atau kendali dalam menentukan kehidupan mereka seperti yang mereka inginkan. (Samah & Aref, 2009). Proses pemberdayaan masyarakat adalah upaya yang disengaja untuk memfasilitasi pihak lokal dalam merencanakan, memutuskan, dan mengelola sumberdaya lokal yang dimiliki melalui *collective* dan *networking* sehingga pada akhirnya mereka memiliki kemampuan dan kemandirian secara ekonomi, ekologi, dan sosial (Mardikanto & Soebianto, 2015).

Dengan melakukan sosialisasi dan pemberdayaan SDM UMKM untuk pemanfaatan teknologi informasi, diharapkan UMKM mampu memasarkan dan mempromosikan dirinya dengan konsep *Company Profile*. Teknologi informasi merupakan seperangkat alat yang dapat membantu seseorang dalam bekerja dengan informasi dan melakukan tugas – tugas yang berhubungan dengan pemrosesan data informasi (Haag & Keen, 1996). Teknologi informasi tidak terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi informasi untuk mengirimkan suatu informasi (Martin, 1999). Saat ini perusahaan lebih cenderung memakai sistem pemrosesan informasi dengan cepat, relefan, tepat waktu, lengkap, dapat dipahami dan teruji kebenarannya (Adjeng 2012). Konsep *Company Profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu *image* atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga, dan instansi

Karawang, 28 Februari 2023

terkait lainnya. Dan diharapkan dapat mengembangkan dari pemasaran produk dan juga profil dari UMKM KWT Kenanga.

ANALISIS SITUASI

1.1. Ruang Lingkup

Sosialisasi ini dilakukan di UMKM KWT Kenanga yang berlokasi di Desa Tanjung Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang. UMKM KWT Kenanga memproduksi makanan dan minuman berupa kerupuk kencur dan jamu seperti jahe instan.

1.2. Permasalahan

UMKM KWT Kenanga adalah salah satu UMKM yang memiliki peran besar dalam perkembangan ekonomi di Desa Tanjung. Namun beberapa hal seperti kurangnya pengetahuan dalam pengelolaan teknologi informasi serta strategi dalam memasarkan produk maupun UMKM KWT Kenanga itu sendiri menjadi salah satu penghambat UMKM tersebut dapat berkembang. Maka dengan sosialisasi yang dilakukan

1.3. Tujuan

Sosialisasi dengan tema “Pemanfaatan Teknologi Informasi Sebagai Media Pemasaran Melalui Profil UMKM dilakukan dengan tujuan untuk pemberdayaan SDM dari UMKM KWT Kenanga agar dapat memanfaatkan teknologi informasi dan bagaimana manfaat dari promosi sebuah *Company Profile*.



Karawang, 28 Februari 2023

Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Sebagai Media Pemasaran Melalui Profil UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi dilakukan pada tanggal 14 Juli 2022 dengan pertemuan secara luring dengan mematuhi protokol kesehatan. Kegiatan dilakukan dengan melakukan penyampaian materi tentang “Pemanfaatan Teknologi Informasi Sebagai Media Pemasaran Profil UMKM”. Kegiatan sosialisasi tersebut dihadiri oleh SDM dari UMKM KWT Kenanga serta mahasiswa yang sedang melakukan kegiatan KKN di Desa Tanjung. Setelah dilakukan kegiatan sosialisasi kemudian dilanjutkan dengan pengambilan video proses pembuatan kerupuk kencur yang dilakukan. Tujuan pengambilan video bertujuan pada kebutuhan *Company Profile* yang nantinya video tersebut akan di posting di media sosial seperti youtube sebagai salah satu bentuk pemasaran UMKM melalui *Company Profile*.



**Gambar 2. Video *Company Profile* UMKM KWT Kenanga Desa Tanjung Karawang
(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=XNIRK77Cn0o>)**

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari sosialisasi yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa, UMKM KWT Kenanga memiliki sumber daya berupa komputer dan *smartphone* yang dapat dimanfaatkan untuk pembuatan *Company Profile* atau profil UMKM KWT Kenanga, namun SDM dari UMKM tersebut masih belum memiliki kemampuan untuk melakukan pengambilan dan pengeditan gambar maupun video untuk kebutuhan pemasaran dari UMKM itu sendiri. Maka dilakukan kegiatan tambahan yang akan dilakukan seperti pelatihan pengambilan gambar atau video dan juga pelatihan penggunaan *software* untuk mengedit video maupun foto. Selanjutnya pembuatan media sosial untuk UMKM seperti *channel youtube* yang nantinya bisa digunakan untuk memasarkan profil dari UMKM beserta produk yang mereka miliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng. (2012). *Adventure Game* [Online]. Tersedia: <http://djhenkz.blogspot.com/2012/03/adventure-game.html>.
- Haag dan Keen. 1996. *Information Technology: Tomorrow's Advantage Today*. Hammond: McGraw-Hill College.
- Martin, E.1999. *Managing Information Technology What Managers Need to Know*. 3rd ed. New Jersey:Pearson Education International.
- Samah, A.A., & Aref, F. 2009. Empowerment as an Approach for Community Development in Malaysia. *World Rural Observation*, 1 (2) : 63-68
- Totok Mardikanto, Poerwoko Soebiato. 2015. *Pemberdayaan Masyarakat*, Bandung: Alfabeta.