

Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo

Aristha Purwanthari Sawitri¹, Subakir², Yuni Sukandani³, Sigit Prihanto Utomo⁴, Christina Menuk Sri Handayani⁵

^{1,2,3,4} Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

⁵ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail : aristha@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Banyaknya pelaku usaha yang melakukan pemasaran secara konvensional membuat pelaku UMKM sulit untuk berkembang. Hal ini disebabkan karena kualitas internal usaha mikro kecil dan menengah yang masih rendah sehingga harus segera diperbaiki terutama mengenai penguasaan pemanfaatan teknologi informasi. Perubahan lingkungan usaha secara cepat dan tidak terprediksi, mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi untuk dapat bertahan. Era Digitalisasi mendorong pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkan teknologi agar dapat terus bertahan. UMKM yang berada di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo cukup beragam, tetapi masih menggunakan pemasaran secara konvensional sehingga UMKM tidak dapat berkembang. Berdasarkan pada permasalahan tersebut, perlu dilakukan pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran *digital*. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan edukasi kepada pelaku UMKM mengenai pemasaran *digital*. Metode yang digunakan oleh tim pengabdian yaitu melalui pelatihan dan pendampingan. Hasil yang dicapai dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM telah mampu mengoperasikan pemasaran digital secara mandiri.

Kata kunci : pemasaran, digital, keberlanjutan

ABSTRACT

The number of business actors who do conventional marketing makes it difficult for MSME actors to develop. This is because the internal quality of micro, small and medium enterprises is still low, so it must be improved immediately, especially regarding the mastery of the use of information technology. Rapid and unsuspecting changes in the business environment encourage business actors to continue to innovate to be able to survive. The Digitalization era encourages MSME actors to be able to utilize technology so that they can continue to survive. MSMEs located in Along Village, Taman District, Sidoarjo Regency are quite diverse, but still use conventional marketing so that MSMEs cannot develop. Based on these problems, it is necessary to carry out training and assistance regarding digital marketing. The purpose of this community service activity is to provide education to MSME actors about digital marketing. The method used by the service team is through training and mentoring. The result achieved in this activity is that MSME actors have been able to operate digital advertising independently.

Keywords : Marketing, Digital, Sustainability

PENDAHULUAN

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, pelaku UMKM tercatat sebanyak 67 Juta. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM di Tahun 2023 terhadap PDB mencapai 61 % dan menyerap 97 % tenaga kerja. Walaupun PDB memiliki sumbangsih dalam PDB sebesar 61 % , rasio pertumbuhan UMKM di Indonesia masih rendah. Rasio pertumbuhan UMKM di Indonesia tahun 2023 sebesar 3,47 % dari total penduduk Indonesia, rasio pertumbuhan ini masih rendah dibandingkan dengan negara Singapura (8,76%), Thailand (4,26%) dan Malaysia (4,74%). Rendahnya rasio kewirausahaan di Indonesia yang masih sangat rendah mendorong pemerintah untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM, salah satunya melalui pemanfaatan teknologi.

UMKM di Jawa Timur menjadi sektor yang memberikan kontribusi dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sebesar 58,36 %. Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten ketiga yang memiliki jumlah UMKM terbesar di Jawa Timur (Setiyani et al., 2022). Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo menjadi salah satu kelurahan yang memiliki produk unggulan makanan ringan (keripik). Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh tim, pelaku usaha makanan ringan di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo selama ini masih mengandalkan pemasaran secara tradisional dengan *metode mouth to mouth* sehingga penjualan produk makanan ringan kurang maksimal. Strategi pemasaran yang tepat membantu pemilik usaha untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.

Pelaku usaha perlu mempertimbangkan media yang akan dipilih untuk memasang iklan di suatu media. Pertimbangan tersebut meliputi jangkauan media yang akan digunakan, sasaran atau konsumen yang akan dituju dan besarnya biaya yang akan dikeluarkan (Kasmir, 2014). Media yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk membantu memperkenalkan produk, dapat melalui pemanfaatan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi dan informasi membantu pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan secara optimal (Farina & Opti, 2023). Perkembangan teknologi yang semakin berkembang menuntut pelaku usaha untuk menyesuaikan perubahan, salah satu bentuk teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memasarkan produknya adalah *E-Commerce*. *E-Commerce* adalah penerapan teknologi digital untuk pemasaran usaha. *E-Commerce* dapat membantu pelaku usaha untuk membuka peluang pasar global (Novy et al., 2023).

Mengacu pada analisis diatas permasalahan mitra yang ada di Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo adalah kurangnya pemanfaatan teknologi untuk membantu pemasaran produk ke pasar yang lebih luas. Berdasarkan penjelasan permasalahan tersebut, maka perlu adanya pelatihan mengenai pentingnya teknologi informasi melalui *E-Commerce* untuk menunjang transaksi bisnis pelaku usaha di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.

Tujuan yang ingin dicapai dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah membantu pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo melalui perencanaan pemanfaatan teknologi

informasi. Manfaat program pendampingan UMKM diharapkan dapat memperluas pasar serta menjadikan Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo menjadi tujuan wisata pusat oleh-oleh.

METODE PELAKSANAAN

Persoalan yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya pemanfaatan teknologi untuk membantu pemasaran produk ke pasar yang lebih luas, sehingga tim memberikan solusi dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM mengenai pemanfaatan teknologi melalui *e-commerce* dan sosial media. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini antara lain :

1. Pelatihan

Pada tahap ini tim pengabdian kepada masyarakat terlebih dahulu memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi informasi untuk menunjang kegiatan UMKM. Tahap pertama sebelum memasuki tahap praktek, peserta diberikan pemahaman terlebih dahulu mengenai perkembangan pengguna teknologi informasi, manfaat teknologi bagi pelaku usaha, pemasaran produk melalui pemanfaatan teknologi informasi, konsep *e-commerce* dan media sosial. Hal ini ditujukan untuk membuka pikiran peserta bahwa memanfaatkan teknologi informasi bukan kegiatan yang rumit, menyusahkan, membuang waktu, dan menambah beban mereka yang telah banyak terbebani dengan masalah produksi atau pun masalah operasional lainnya.

Tahap selanjutnya setelah peserta memahami konsep teknologi informasi, *e-commerce* dan media sosial yaitu mengimplementasikan materi yang diberikan dalam praktek bisnis mereka. Tahapan praktek ini tim terlebih dahulu memberikan contoh mengenai pemanfaatan *e-commerce* yaitu website usaha. Selain itu tim juga memberikan contoh mengenai pemanfaatan media sosial yaitu facebook, instagram dan tik tok.

2. Pendampingan

Pada tahapan ini tim melakukan diskusi terkait hambatan maupun permasalahan yang dialami pelaku UMKM selama menerapkan program yang telah diajukan oleh tim pengabdian. Tim juga mendampingi pelaku UMKM dalam mengimplementasikan hasil penyuluhan dan praktek dalam usaha mereka.

3. Monitoring dan Evaluasi Pelaksanaan

Monitoring dan evaluasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana ketercapaian program yang diusulkan serta untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra selama pelaksanaan program. Tim memberikan bantuan kepada pelaku UMKM yang merasa kesulitan ketika mengimplementasi materi yang diberikan dalam bisnis UMKM nya. Melalui tahapan ini tim menjadi tahu apa saja kesulitan pelaku UMKM ketika melakukan penerapan teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian di Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo dilaksanakan selama 3 bulan dan melibatkan 31 pelaku usaha. Selain melibatkan pelaku usaha, tim juga melibatkan mahasiswa dalam kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh dosen. Keterlibatan mahasiswa ini bentuk implementasi dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

Teknologi informasi telah banyak memberikan kebermanfaatan bagi pelaku usaha untuk mendukung proses kegiatan bisnis yang dijalankan. Pemanfaatan teknologi informasi dalam usaha dikenal sebagai e-commerce. Beberapa peranan penting teknologi informasi dalam dunia usaha adalah *pertama* memudahkan komunikasi antara karyawan, pemasok dan pelanggan, *kedua* membantu mencari informasi yang diperlukan oleh pelaku usaha misalkan mengenai kompetitor, *ketiga* media penyimpanan data yang dapat diakses kapan pun dan dimanapun, *keempat* membantu pelaku usaha untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mengelola hubungan dengan pelanggan (Permana et al., 2021). Peran penting *e-commerce* dalam dunia usaha diantaranya memberikan kemudahan dalam proses produksi, pengiriman barang dagang ke konsumen lebih cepat, memperoleh penawaran secara hemat dan cepat serta mendukung kelestarian lingkungan atau transaksi *paperless* (Basry & Malays Sari, 2018).

Peran UMKM yang cukup strategis dalam pertumbuhan ekonomi, membuat pelaku usaha untuk selalu beradaptasi dalam perubahan lingkungan. Keberadaan E-commerce dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk membantu memasarkan produk yang dijual dan dapat membantu pelaku usaha untuk meminimalkan biaya promosi. Beberapa manfaat yang diperoleh dengan memanfaatkan e-commerce, diantaranya (1) jumlah pelanggan meningkat, (2) memperluas pasar, (3) merk (brand) meningkat, (4) biaya hosting web (domain) lebih murah dibandingkan dengan biaya sewa toko, (5) mempermudah proses pemesanan karena transaksi jual beli bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun, (6) pembayaran lebih mudah dengan memanfaatkan transfer, kartu kredit atau melalui pihak ketiga, (7) mempermudah pelanggan untuk memperoleh informasi produk tanpa harus datang ke toko (Putra & Syafrudin, 2021).

Kegiatan pengabdian yang dilakukan tim meliputi pelatihan dan pendampingan mengenai pemanfaatan teknologi informasi. Peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian ini diharuskan untuk mengikuti keseluruhan program yang diusulkan oleh tim. Kegiatan pertama yang dilaksanakan oleh tim adalah survei lapangan dan pengajuan ijin. Survei lapangan dilakukan untuk tujuan memperoleh informasi mengenai kendala atau hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Hasil kegiatan survey ini digunakan tim untuk menyusun program-program yang akan ditawarkan ke mitra untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya pengetahuan pelaku usaha mengenai pemanfaatan teknologi informasi untuk membantu pemasaran produk yang dijual, dari permasalahan tersebut tim mengajukan kegiatan pelatihan dan

pendampingan kepada pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Setelah survei lapangan dilakukan selanjutnya tim mengajukan perijinan ke pihak desa dan universitas terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan oleh tim.

Setelah tim memperoleh izin kegiatan, selanjutnya tim melaksanakan pelatihan kepada pelaku UMKM di Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Sebelum tim memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan teknologi informasi untuk menunjang kegiatan usaha yang dijalankan, tim memberikan sosialisasi terlebih dahulu mengenai konsep teknologi informasi, *e-commerce* dan media sosial. Hasil yang diperoleh adalah peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai teknologi informasi, *e-commerce* dan media sosial.

Tahapan berikutnya setelah tim menyampaikan konsep dasar tersebut, tim memberikan tutorial pembuatan website usaha, instagram dan tik tok dan mitra praktek membuat langsung akun instragram, tik tok dan membuat website usaha sendiri. Tim pengabdian memberikan Hasil pelatihan yang dilakukan selama 3 (tiga) bulan adalah mitra telah memiliki akun instagram, tik tok dan website usaha.



Gambar 1. Penyampaian Materi Oleh Narasumber

Kegiatan pendampingan dilakukan untuk membantu mitra dalam pengelolaan manajemen usaha dan manajemen keyangan. Pendampingan dilakukan untuk menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan mitra sehingga mitra dapat tangguh dalam menghadapi perubahan lingkungan yang dapat mempengaruhi pasar sehingga mendorong *sustainability* usaha yang dijalankan. Hasil kegiatan pendampingan ini adalah penjualan UMKM setelah mengaplikasikan teknologi informasi meningkat sebesar 30 %.



Gambar 2. Pendampingan Tim Kepada Pelaku UMKM

Setelah keseluruhan rangkaian kegiatan dilaksanakan (Pelatihan dan pendampingan), selanjutnya dilakukan monitoring dan evaluasi. Monitoring dan evaluasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana ketercapaian program yang diusulkan serta untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra setelah program terlaksana. Hasil akhir dari kegiatan monitoring dan evaluasi adalah mitra telah mampu mengaplikasikan teknologi informasi untuk membantu memasarkan produk yang dijual.

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Dampak dan manfaat Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan, yaitu:

1. Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mitra mengenai pemanfaatan teknologi untuk membantu memasarkan produk yang dijual sehingga daya saing Pelaku UMKM di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman Sidoarjo meningkat dan UMKM menjadi naik kelas.
2. Membantu melatih jiwa kewirausahaan mahasiswa sehingga menciptakan akses bagi terciptanya wirausaha baru.
3. Mendorong berkembangnya budaya pemanfaatan hasil riset perguruan tinggi serta luaran penelitian dan pengabdian kepada, dan
4. Mendorong pengembangan materi pembelajaran melalui kegiatan yang dilakukan dosen di luar kampus.

SIMPULAN

Pelaku usaha perlu menerapkan pemasaran digital untuk menghadapi revolusi industri 4.0 agar pelaku usaha dapat menjangkau pelanggan lebih luas dan memperoleh pelanggan baru. Luaran yang telah dicapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah mitra telah berhasil memanfaatkan teknologi informasi untuk mengoptimalkan pendapatan dan memperluas jangkauan pasar. Secara keseluruhan kegiatan berjalan dengan baik dan antusias peserta cukup baik yang dimana selama pelaksanaan pelatihan atau pendampingan mitra selalu berdiskusi dengan tim terkait kendala yang dihadapi pada saat mengimplementasikan program yang diusulkan. Pelaku usaha diberikan tutorial mengenai cara pembuatan website, tik tok dan instagram dan pelaku usaha

langsung praktek membuat akun di ketiga media tersebut serta tim memberikan tips dan trik untuk mengoptimalkan ketiga media pemasaran tersebut sehingga mampu mendorong penjualan produk di Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo lebih baik. Berdasarkan pada hasil evaluasi yang telah dilakukan oleh tim dan mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, saran untuk mendukung UMKM naik kelas yaitu perlu adanya pendampingan secara berkala terkait dengan pemasaran digital untuk menunjang kegiatan usaha yang dijalankan. Pelaku usaha diharapkan dapat secara konsisten menerapkan pemasaran digital karena pemasaran digital memberikan banyak manfaat baik bagi pelaku usaha atau bagi konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan. Tim juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah memberikan pendanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat serta pihak Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo yang telah memberikan dukungan sehingga Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat berjalan dengan lancar .

DAFTAR PUSTAKA

- Basry, A., & Malays Sari, E. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, 2(3), 53–60.
- Farina, K., & Opti, S. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM. *Jesya*, 6(1), 704–713. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1007>
- Kasmir. (2014). *Kewirausahaan* (Edisi Revisi). Rajawali Pers.
- Novy, N. P., Dewi, C., Aditia, D., & Nasution, D. (2023). Pentingnya Penerapan E-Commerce Bagi Umkm Sebagai Salah Satu Bentuk Pemasaran Digital Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 566–577. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb>
- Permana, I. P. H., Meinarni, N. P. S., Desnanjaya, I. G. M. N., Radhitya, M. L., & Winantha, K. R. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Bisnis UMKM*. STMIK STIKOM Indonesia. <https://stiki-indonesia.ac.id>
- Putra, A. P., & Syafrudin, R. (2021). Pendapatan Umkm Kota Banjarmasin Sebelum dan Sesudah Mengimplementasikan E-Commerce (Studi Kasus UMKM Binaan Dan Mitra Bank Indonesia KPW Kalimantan Selatan). *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 4(1), 156–170.
- Setiyani, A., Yuliyanti, T., & Rahmadanik, D. (2022). Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3).