

JPMP
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Penusa)
Volume 1, Nomor 1, Agustus 2024
Pp. 1-9
JPMP: is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM PADA RM. D'SERDANG

Penda Sudarto Hasugian[1]*, Jijon Raphita Sagala[2], Martua Sitorus[3], Rinawati Silaen[4]
[1]*Teknik Informatika ,STMIK Pelita Nusantara, Medan, Indonesia
[2,3,4] Teknik Informatika ,STMIK Pelita Nusantara, Medan, Indonesia
e-mail : penda.hasugian@gmail.com* , sisagala@gmail.com[2], martuasitorus84@gmail.com[3], rinawaty@gmail.com[4]

ABSTRAK

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat yang berada pada skala kecil hingga menengah. Keberhasilan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain strategi promosi melalui media sosial serta partisipasi dalam berbagai event atau pameran. Salah satu teknologi yang berperan penting dalam mendukung promosi produk UMKM adalah media sosial, seperti platform Instagram, facebook dan media sosial lainnya. Pengabdian ini dilakukan guna untuk meningkatkan pemasaran UMKM pada RM. D'Serdang dengan memberikan pemahaman dan pelatihan pemanfaatan media sosial, serta pemanfaatan e-commerce sebagai media pemasaran. Tahapan pelaksanan kegiatan pengabdian ini terdiri dari 3 tahapan yaitu pelatihan desain brosur menggunakan aplikasi canva, pelatihan penggunaan e-commerce, serta pelatihan menggunakan media sosial instagram dan facebook. Hasil dari pelatihan ini berupa akun media sosial facebook untuk promosi, akun Grab-Food dan akun Go-Food untuk meningkatkan pemasaran produk RM. Serdang, dan pelatihan menggunakan aplikasi canva untuk mendesain brosur serta konten media sosial facebook. Dari hasil kegiatan ini diharapkan RM. D'Serdang dapat berkembang dengan adanya modernisasi pemasaran produknya.
Kata Kunci : E-commerce, Teknologi, UMKM, Pelatihan, Pemasaran

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are part of the community's economic activities on a small to medium scale. The success of MSMEs is influenced by various factors, including promotional strategies through social media and participation in various events or exhibitions. One technology that plays an important role in supporting the promotion of MSME products is social media, such as Instagram, Facebook, and other social media platforms. This community service is carried out to improve MSME marketing at RM. D'Serdang by providing understanding and training on the use of social media, as well as the use of e-commerce as a marketing medium. The stages of implementing this community service activity consist of 3 stages: brochure design training using the Canva application, e-commerce training, and training on using Instagram and Facebook social media. The results of this training are a Facebook social media account for promotion, a Grab-Food account and a Go-Food account to increase the marketing of RM. Serdang products, and training on using the Canva application to design brochures and Facebook social media content. From the results of this activity, it is hoped that RM. D'Serdang can develop by modernizing its product marketing.
***Keywords** : E-commerce, Technology, UMKM, Training, Marketing*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang terbukti tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi. Selain itu, UMKM juga berperan besar dalam menyerap tenaga kerja, sehingga mampu menekan angka pengangguran dan turut berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.[1]. Dalam era digital yang semakin maju, pemanfaatan teknologi informasi (TI) telah menjadi kebutuhan yang mendesak bagi berbagai sektor usaha, termasuk industri kuliner. Perdagangan elektronik (*e-commerce*) menawarkan sejumlah keunggulan yang dapat dioptimalkan secara efektif. Beberapa di antaranya mencakup beragam pilihan produk dan layanan yang lebih luas, rantai distribusi yang lebih pendek, fleksibilitas dalam berbelanja, serta efisiensi dalam hal biaya. [2]. Dalam kegiatan pengabdian ini, e-commerce yang dimanfaatkan adalah aplikasi layanan pesan antar makanan secara online seperti Go-Food dan Grab-Food. Pemilihan aplikasi ini didasarkan pada kemudahan penggunaannya serta tampilan fitur yang sederhana dan mudah dipahami. Selain itu, metode pembayaran yang praktis melalui dompet digital (e-wallet) juga menjadi alasan utama dalam memilih jenis e-commerce ini [3]. Rumah Makan D'Serdang, sebagai salah satu pelaku usaha di sektor ini, menyadari pentingnya penerapan teknologi informasi dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Beberapa faktor utama yang melatarbelakangi pelaksanaan kegiatan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi di Rumah Makan D'Serdang antara lain:

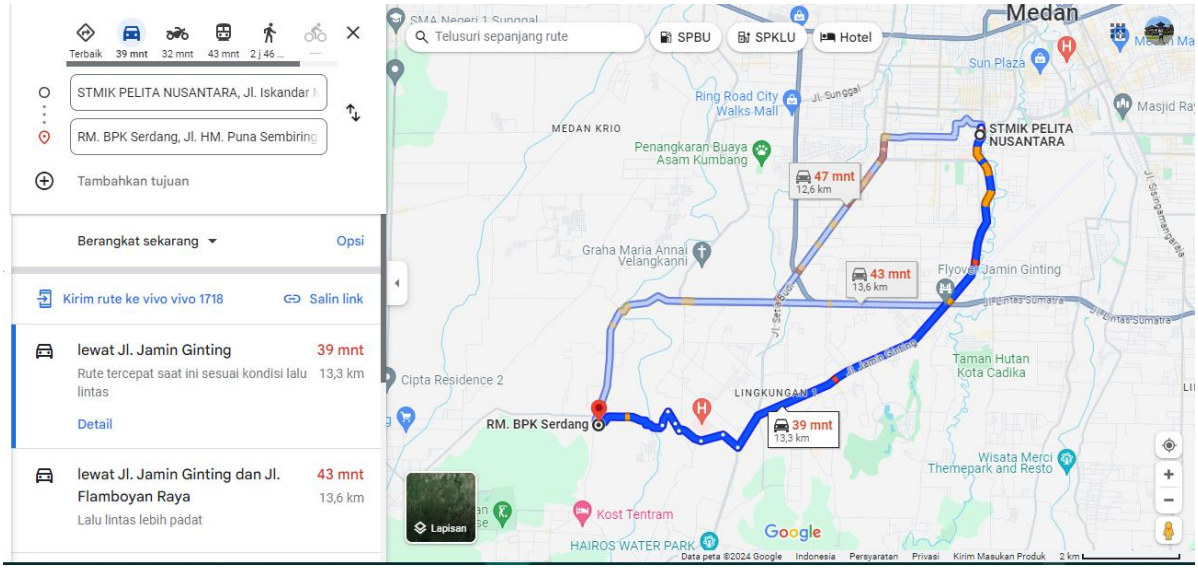
1. Transformasi Digital di Industri Kuliner: Dengan semakin tingginya persaingan di industri kuliner, adopsi teknologi informasi menjadi kunci dalam memenangkan pasar. Rumah Makan D'Serdang menyadari bahwa digitalisasi, seperti penerapan sistem manajemen restoran, penggunaan aplikasi pemesanan online, dan kehadiran di platform media sosial, dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan. Oleh karena itu, pelatihan ini ditujukan untuk memperlengkapi karyawan dan manajemen dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk memanfaatkan teknologi secara efektif.
2. Peningkatan Efisiensi Operasional: Teknologi informasi dapat membantu dalam meningkatkan efisiensi operasional rumah makan, mulai dari manajemen inventaris, pengolahan data penjualan, hingga analisis pola konsumsi pelanggan. Dengan mengoptimalkan penggunaan teknologi, Rumah Makan D'Serdang berharap dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan profitabilitas.

3. Peningkatan Pengalaman Pelanggan: Di era di mana pengalaman pelanggan menjadi faktor kunci dalam keberhasilan bisnis, pemanfaatan teknologi informasi dapat membantu Rumah Makan D'Serdang dalam memberikan pelayanan yang lebih baik dan lebih cepat. Sistem reservasi online, aplikasi pemesanan, dan program loyalitas digital adalah beberapa contoh bagaimana TI dapat meningkatkan interaksi dan kepuasan pelanggan.[4]
4. Pengembangan Sumber Daya Manusia: Pelatihan ini juga dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan sumber daya manusia di Rumah Makan D'Serdang. Dengan memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai teknologi informasi, diharapkan mereka dapat lebih adaptif terhadap perubahan dan lebih produktif dalam pekerjaannya.
5. Adaptasi terhadap Perubahan Perilaku Konsumen: Konsumen saat ini cenderung lebih suka melakukan pemesanan secara online dan mencari informasi melalui internet sebelum memutuskan tempat makan. Oleh karena itu, Rumah Makan D'Serdang perlu beradaptasi dengan perubahan perilaku ini melalui peningkatan pemahaman dan penggunaan teknologi digital.
6. Mendukung Pengembangan Usaha Lokal: Dengan melatih karyawan dan manajemen dalam pemanfaatan teknologi informasi, Rumah Makan D'Serdang juga berkontribusi pada pengembangan usaha lokal yang lebih modern dan berdaya saing. Hal ini penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis di tengah dinamika pasar yang terus berubah.
7. Menghadapi Tantangan Eksternal: Pandemi COVID-19 telah mengubah cara bisnis beroperasi, termasuk dalam industri kuliner. Pembatasan sosial dan pergeseran ke arah transaksi online menuntut bisnis untuk cepat beradaptasi dengan teknologi. Pelatihan ini menjadi salah satu langkah strategis bagi Rumah Makan D'Serdang untuk tetap relevan dan bertahan dalam kondisi pasar yang penuh tantangan.
8. Dengan latar belakang tersebut, pelatihan pemanfaatan teknologi informasi ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi pengembangan bisnis Rumah Makan D'Serdang serta kesejahteraan karyawan dan pelanggan.

MASALAH

Rumah makan D’Serdang berdiri sejak 1 April 2022 yang berlokasi di Jalan H.M Puna Sembiring, Tanjung Anom, Kecamatan Pancur Batu, Deliserdang, Sumatera Utara. D’Serdang diambil dari Nama Desa Serdang yang berada di Kabupaten Karo Desa serdang merupakan asal pemilik RM.

D'Serdang. Pemilik RM. D'Serdang adalah Asrifani Br Sembiring. Rumah makan D'Serdang memiliki beberapa menu yaitu daging panggang, mie goreng, mie pansit, mie kuah, mie bakso, es teh, es jeruk, es timun serut dan minuman badak khas sumatera. Lokasi Rumah makan D'Serdang berada dilokasi yang asri membuat pembeli merasa nyaman saat menyantap menu yang disediakan seperti terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Lokasi Pelakasanaan Pengabdian

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra, target pasar Rumah Makan D'Serdang mencakup semua kalangan. Pada awal berdirinya, mayoritas pelanggan berasal dari keluarga, tetangga, serta teman atau kenalan pemilik usaha. Setelah berjalan hampir lima bulan, jumlah pelanggan Rumah Makan D'Serdang terus bertambah, meskipun sebagian besar masih berasal dari lingkungan sekitar. Adapun jam operasional kedai dimulai pukul 10.00 hingga 22.00 WIB setiap harinya. Sejak awal berdirinya Rumah makan D'Serdang, sistem pemasaran masih dilakukan secara manual yang hanya mengandalkan spanduk dan banner di depan rumah makan dan yang di pasang pada pinggir jalan. Akibatnya, Rumah Makan D'Serdang hanya dikenal oleh masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya. Sejak pertama kali berdiri, perkembangan usaha ini terbilang lambat dan belum menunjukkan peningkatan yang berarti. Rata-rata pendapatan kotor per hari sekitar Rp850.000,00, namun pemilik usaha kerap mengalami kerugian akibat naiknya harga bahan baku. Selain itu, jangkauan pemasaran yang terbatas dan strategi promosi yang belum optimal membuat pemilik kesulitan menjangkau pelanggan dari luar area Kedai Rumah Makan D'Serdang. Pengabdian ini dimaksudkan untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam meningkatkan pemasaran UMKM

Rumah makan D'Serdang dengan memberikan pengetahuan bagaimana menggunakan aplikasi canva untuk mendesain konten promosi, pemanfaatan ecommerce, serta strategi promosi menggunakan media sosial Facebook.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelatihan kepada Mitra dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan memberikan pelatihan pembuatan desain konten promosi dengan aplikasi Canva, pelatihan pemanfaatan e-commerce dan mendaftarkan akun e-commerce seperti Grabe-Food dan Go-Food dan memberikan pelatihan cara penggunaanya, memberikan strategi promosi menggunakan media sosial Facebook, Pelatihan ini dilakukan secara offline di Rumah makan D'Serdang yang beralamat di Jl. H.M Puna Sembiring No. 185 Tanjung Anom, Deli Serdang, Sumatera Utara. Tabel 1 menjelaskan tentang tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian, Adapun tahapan tersebut sebagai berikut:

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian

No	Kegiatan	Hasil Kegiatan/Luaran
1	Observasi	Melakukan Pertemuan dengan mitra RM. D'Serdang dan menganalisis kebutuhan dan keadaan D'Serdang untuk menentukan kegiatan yang akan dilakukan selanjutnya
2	Persiapan Perlengkapan/ materi	Bahan dan Materi yang akan dijelaskan pada saat pelatihan dan pendampingan
3	Pelaksananan Pelatihan Aplikasi Canva	Pengetahuan tentang cara menggunakan Canva sebagai tempat pembuatan poster promosi produk RM. D'Serdang
4	Pelaksananan Pelatihan Pemanfaatan E-commerce	Pengetahuan tentang cara penggunaan ecommerce bagi Mitra RM.D'Serdang
5	Pelaksanaan Pelatihan Menggunakan Media Sosial untuk Promosi	Pengetahuan mitra tentang cara penggunaan media sosial facebook serta cara memasarkan produknya
6	Pendampingan pendaftaran akun Grab-Food dan Go-Food	Akun penjualan online Grab-food dan Go-food
7	Menyusun Laporan Kegiatan	Laporan Pengabdian

8	Publikasi Artikel Hasil Kegiatan	Artikel Jurnal

Pelatihan dan Pendampingan Mitra

Pelatihan ini dimulai dengan pengenalan dan pemasangan aplikasi Canva. Kemudian melakukan desain psanduk dan poster promosi menu untuk media sosial facebook, pembuatan akun facebook, dan mengupload poster dan brosur promosi yang telah dibuat. Pelatihan penggunaan aplikasi Canva dilakukan secara bersamaan dengan pelatihan menggunakan media sosial Facebook pada tanggal 28 Mei 2024. Setelah desain poster selesai dibuat di Canva, kegiatan dilanjutkan dengan memposting poster tersebut ke akun Facebook usaha. Selanjutnya, dilakukan pendaftaran akun e-commerce D'Serdang pada platform GrabFood dan GoFood. Pelatihan ini dilaksanakan dalam satu hari, tepatnya pada tanggal 1 Juni 2024, dengan fokus pada pemanfaatan fitur-fitur dalam aplikasi GrabFood dan GoFood. Materi pelatihan mencakup langkah-langkah pembuatan dan pengeditan menu, penghapusan menu, pengaturan jam operasional, pembukaan dan penutupan toko, serta tata cara menerima pesanan dari pelanggan. Selain itu, peserta juga dibimbing dalam membuat menu promosi (diskon) dan prosedur pencairan dana hasil penjualan dari aplikasi.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan setelah seluruh rangkaian kegiatan pendampingan di RM. D'Serdang selesai, dan mitra dinilai sudah mampu mengaplikasikan hasil pelatihan dengan baik. Proses evaluasi dimulai dengan pembuatan poster menggunakan aplikasi Canva, di mana mitra memilih template yang dirasa menarik dan sesuai kebutuhan. Template tersebut kemudian dimodifikasi dengan menambahkan daftar menu beserta harga, serta menu-menu yang sedang dipromosikan. Hasilnya, mitra tidak mengalami kendala berarti dalam proses desain poster di Canva. Setelah poster selesai, mitra berhasil mempublikasikannya melalui media sosial Facebook serta mengunggah gambar menu tersebut ke dalam aplikasi e-commerce Grab-Food dan Go-Food.

HASIL YANG DICAPAI

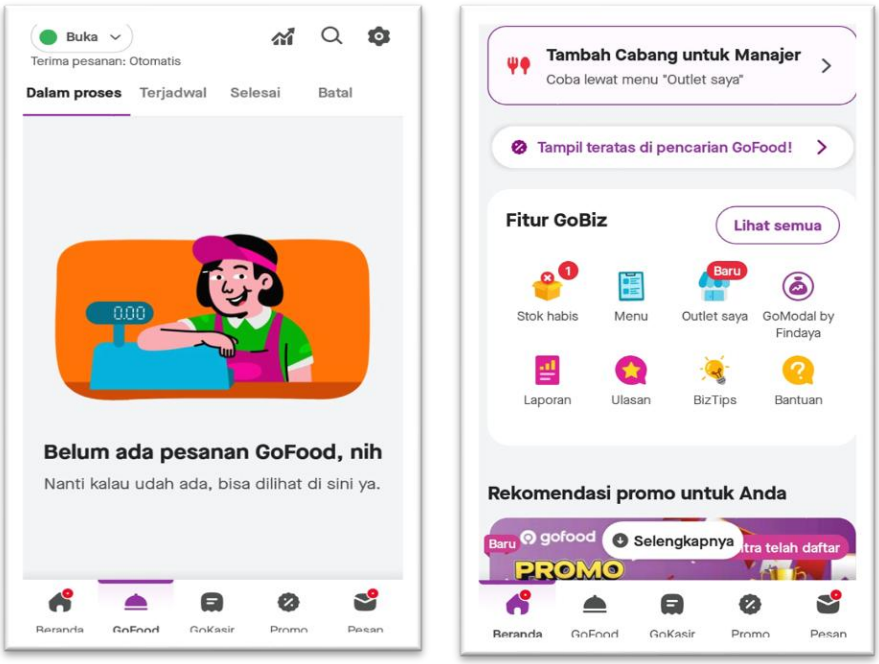
Kegiatan pelatihan dilaksanakan dalam tiga sesi, yaitu pelatihan desain menggunakan aplikasi Canva, pendampingan pendaftaran pada platform penjualan online Grab-Food dan Go-Food, serta pelatihan pengelolaan akun media sosial Facebook. Pelatihan ini diselenggarakan pada hari Selasa, 28 Mei 2024, dan Sabtu, 1 Juni 2024. Sebelum pelatihan dimulai, tim terlebih dahulu menyiapkan

materi yang akan disampaikan kepada mitra, yaitu RM. D'Serdang. Dokumentasi hasil pelatihan dan pendampingan dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:

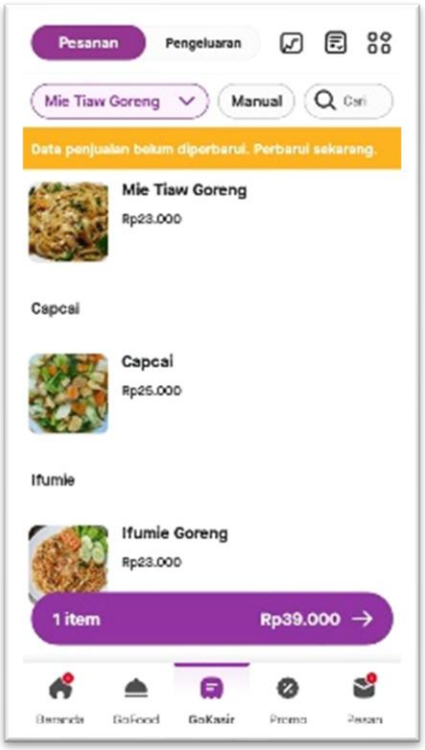


Gambar 2. Hasil Desain Logo RM. D'Serdang

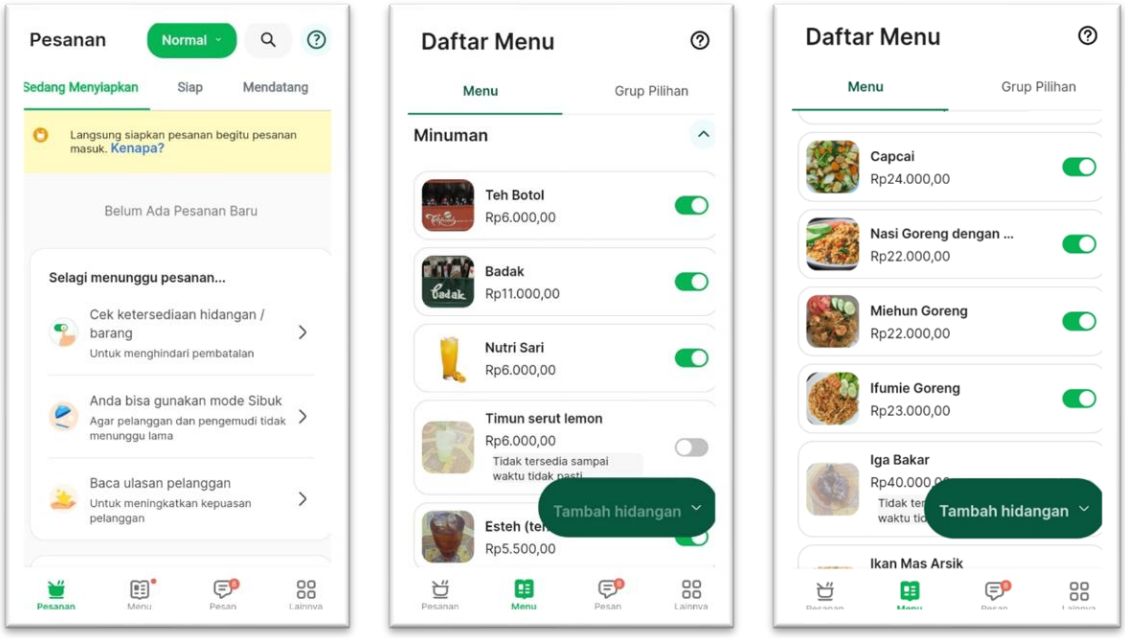
Setelah proses pendampingan pembuatan desain logo dan banner selesai dilakukan, tim pengabdian melanjutkan kegiatan dengan mendokumentasikan berbagai menu yang tersedia di Rumah Makan D'Serdang. Selanjutnya, dilakukan proses pendaftaran akun pada aplikasi layanan pesan antar makanan secara online, yakni Go-Food dan Grab-Food. Proses pendaftaran ini mencakup pengisian data usaha serta informasi pemilik usaha, seperti yang ditampilkan pada Gambar 3 dan Gambar 4:



Gambar 3. Hasil Pendaftaran akun Go-Food RM. D'Serdang



Gambar 4. Daftar menu pada akun Go-Food RM. D'Serdang



Gambar 5. Hasil Pendaftaran akun Grab-Food RM. D'Serdang

SIMPULAN DAN SARAN

Pada kegiatan Pelatihan dan pendampingan Pemanfaatan Teknologi Informasi ini sangat bermanfaat untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Pada RM. D'Serdang yang telah memberikan beberapa manfaat. Mitra pengabdian merasakan berbagai manfaat, seperti meningkatnya kemampuan dalam mengelola media sosial Facebook sebagai sarana pemasaran dan promosi produk, keterampilan dalam membuat desain banner dan konten menggunakan Canva untuk kebutuhan promosi di Facebook, serta pemahaman dalam mengoperasikan dan mengelola aplikasi Go-Food dan Grab-Food sebagai platform penjualan. Dengan demikian, target penjualan dapat tercapai dengan lebih baik, jangkauan konsumen semakin luas, dan pendapatan pun meningkat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam berjalannya kegiatan pengabdian ini dengan baik, Terimakasih juga kepada mitra RM.D'Serdang telah bersedia sebagai mitra dari kegiatan ini semoga kegiatan usaha terus berkembang dan semakin maju.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Maria Nila Anggia and Muhammad Rifki Shihab, "STRATEGI MEDIA SOSIAL UNTUK PENGEMBANGAN UMKM," Jurnal Terapan Teknologi Informasi, vol. 2, no. 2, pp. 159–170, Mar. 2019, doi: 10.21460/jutei.2018.22.125.

[2] Ambo Aco, Andi Hutami Endang "Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar" 2017.

[3] U. I. Y. Lalu Agustino, "PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA E-WALLET DI KOTA BANJARMASIN" 2022.

[4] Tambunan, T. T. H. (2019). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting. LP3ES.