

Bimbingan Teknis Aplikasi Pemasaran Bagi UKM Karang Taruna

Erik Candra Pertala

Universitas Muhammadiyah Sukabumi

e-mail: erikcandrapertala@ummi.ac.id

Corresponding author: erikcandrapertala@ummi.ac.id

Informasi Artikel:

Terima: 17-03-2023

Revisi: 24-03-2023

Disetujui: 05-03-2023

ABSTRAK

Bimbingan teknis aplikasi pemasaran merupakan salah satu solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh UKM Karang Taruna, yaitu kurangnya pemahaman dan penggunaan aplikasi pemasaran. Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan penggunaan website dan aplikasi pemasaran kepada UKM Karang Taruna Kelurahan Jaya Mekar. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah bimbingan teknis kepada UKM Karang Taruna Kelurahan Jaya Mekar. Mitra dalam kegiatan bimtek ini adalah Lurah Kelurahan Jaya Mekar. Evaluasi dilakukan dengan praktek langsung penggunaan aplikasi pemasaran kepada peserta bimtek sesudah penyampaian materi, dan hasilnya adalah kemampuan dan pemahaman dari peserta meningkat sebesar 41,66%.

Kata Kunci: Bimtek, Aplikasi Pemasaran, UKM Karang Taruna

ABSTRACT

Technical guidance on marketing applications is one solution to the problems faced by SMEs in Karang Taruna, namely the lack of understanding and use of marketing applications. The purpose of this activity is to improve understanding and skills in using websites and marketing applications to SMEs Karang Taruna Kelurahan Jaya Mekar. The method of implementing this activity is technical guidance to SMEs Karang Taruna, Kelurahan Jaya Mekar. The partner in this bimtek activity is Lurah Kelurahan Jaya Mekar. The evaluation was carried out by the direct practice of using marketing applications to Bimtek participants after delivering the material, and the result was that the ability and understanding of the participants increased by 41.66%.

Keywords: Bimtek, Marketing Application, SME Karang Taruna

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam mempromosikan produk dan jasa serta membangun brand awareness (Samanta, 2022). Hal ini juga berlaku bagi Kelompok Pemuda Karang Taruna yang memiliki potensi besar dalam kontribusi sosial dan ekonomi di tingkat lokal. Pemanfaatan teknologi aplikasi dalam pemasaran dapat memberikan peluang yang tak terbatas untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi, dan memperkuat kedudukan UKM Karang Taruna dalam industry (Choi & Yoo, 2022; Utaminingsih et al., 2020). Bimbingan Teknis Aplikasi Pemasaran bagi UKM Karang Taruna bertujuan untuk membekali para anggota dengan pengetahuan dan keterampilan dalam mengadopsi teknologi aplikasi pemasaran (Hilmiana

& Kirana, 2021; Lamberton & Stephen, 2016). Dalam bimbingan ini, para peserta akan mendapatkan panduan praktis tentang bagaimana memanfaatkan aplikasi digital untuk meningkatkan visibilitas produk atau layanannya, berinteraksi lebih dekat dengan pelanggan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran.

Usaha Kecil Menengah atau yang sering disingkat dengan UKM merupakan sebuah istilah yang mengacu kepada kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dengan bidang usaha yang mayoritas merupakan usaha kecil (Alhidayatullah et al., 2022). Saat ini masih banyak UKM di seluruh Indonesia yang masih menggunakan sistem tradisional dalam menjalankan sistem administrasi maupun sistem penjualan produk unggulan mereka, seperti di UKM Kelurahan Jayamekar terdapat banyak hasil olahan dan produksi makanan ringan, kerajinan tangan dan produksi kreatif lainnya, berskala kecil dan belum mulai merambah kesistem komputerisasi baik untuk sistem administrasi maupun sistem penjualan produk-produk mereka (Nurmilah et al., 2022). Hal tersebut dikarenakan beberapa kendala diantaranya adalah masalah biaya atau anggaran, SDM yang belum memahami Internet, kapasitas produksi yang rata-rata masih kecil, tempat yang belum memadai sehingga pihak perajin merasa belum mampu untuk memasarkan produk-produk mereka di internet (Sudarma et al., 2022). Karena masih banyak perajin yang belum mempunyai sebuah website pemasaran produk masing-masing padahal produk mereka berkualitas export dan masih menggunakan pemasaran manual seperti penyebaran kartu nama dan brosur katalog. Oleh karena itu, seiring dengan perkembangan IT pula. Sistem informasi terhadap UKM kerajinan tangan dan makanan ringan harus dibangun dan mulai menggunakan sistem komputerisasi dan pemasaran secara online (Sobar et al., 2023). Cara ini diharapkan memudahkan didalam pencarian informasi mengenai profil UKM, produk-produk unggulan, dan lain sebagainya. Pemasaran yang dilakukan secara online dapat mendorong masuknya produk UKM lebih luas kepasar internasional (Flores et al., 2022). Sehingga peluang untuk meng-export produk kepasar global dapat dimaksimalkan.

Bimbingan Teknis Aplikasi Pemasaran bagi UKM Karang Taruna akan memberikan wawasan mendalam tentang potensi dan peluang yang dihadirkan oleh teknologi aplikasi dalam dunia pemasaran (Haryani, 2023). Melalui pemahaman yang baik dan penerapan yang cermat, UKM Karang Taruna dapat memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif dan menjadikan pemasaran sebagai alat yang efektif dalam mewujudkan tujuan sosial dan ekonomi mereka (Adisurya et al., 2021). Dalam Bimbingan Teknis Aplikasi Pemasaran bagi UKM Karang Taruna, beberapa permasalahan yang mungkin dihadapi yaitu kurangnya pengetahuan teknologi, keterbatasan akses teknologi, tantangan dalam membuat konten menarik, kurangnya waktu dan sumber daya, tidak terukurnya hasil kampanye, kekhawatiran tentang keamanan data, kesulitan memilih platform yang tepat, perubahan cepat dalam teknologi, ketidakpastian hasil, tidak ada integrasi dengan strategi pemasaran lainnya (Fadhilah & Pratiwi, 2021).

Oleh karena itu, para UKM ingin membuat sebuah sistem informasi penjualan produk-produk unggulan makan ringan dan kerajinan tersebut melalui sebuah webportal yang akan dikendalikan oleh salah satu admin (Sasongko et al., 2020). Semua data mengenai produk

yang dipasarkan akan termuat didalam web tersebut hingga laporan data penjualan juga dapat dilihat dengan mudah. Web tersebut hanya akan berisi tentang produk-produk unggulan yang berkualitas export dari masing-masing perajin di UKM (Henman et al., 2021). Maka dengan adanya website portal komunitas ini dapat meningkatkan pemasaran produk dan daya saing dari daerah lain serta kesejahteraan antar perajin dapat selalu terjaga (Aini & Rahmawaty, 2018).

Melalui bimbingan teknis ini, anggota UKM Karang Taruna dapat diarahkan untuk mengatasi permasalahan dengan memanfaatkan teknologi website dan aplikasi dalam pemasaran. Pelaksanaan bimbingan teknis UKM Karang Taruna ini tentunya memiliki tujuan, yaitu untuk meningkatkan pemahaman, dan keterampilan dalam penggunaan website dan aplikasi digital marketing sebagai aktivitas memasarkan produk UKM.

METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam kegiatan ini adalah Kelurahan Jaya Mekar Kecamatan Baros Kota Sukabumi dengan jumlah UKM Karang Taruna yang mengikuti bimbingan teknis aplikasi pemasaran sebanyak 40 orang. Pelaksanaan bimbingan teknis ini merupakan program pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Jaya Mekar dari Dana Kelurahan tahun 2020. Kegiatan ini didampingi oleh akademisi dari Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Pelaksanaan bimtek ini yaitu hari Rabu tanggal 09 September 2020. Proses kegiatan bimtek ini dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Persiapan

Kegiatan ini merupakan menyiapkan peserta UKM Karang Taruna sebanyak 40 orang yang akan mengikuti bimtek, dengan berkoordinasi langsung pada Lurah dan Ketua Lembaga pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Jaya Mekar Kecamatan Baros Kota Sukabumi. Setelah peserta yang akan mengikuti bimtek siap, selanjutnya adalah menyiapkan pemateri sebagai narasumber yang akan mengisi pada saat bimtek.

2. Bimbingan Teknis

Pada tahap ini diberikan edukasi dan bimtek mengenai penggunaan aplikasi dan website pemasaran kepada UKM Karang Taruna Kelurahan Jaya Mekar Kecamatan Baros Kota Sukabumi di Aula Kelurahan Jaya Mekar.

3. Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan dengan melakukan praktek langsung tata cara penggunaan website dan aplikasi pemasaran kepada peserta bimtek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan kegiatan bimbingan teknis aplikasi pemasaran bagi UKM karang taruna, didasarkan pada tahapan kegiatan yang telah dijelaskan sebelumnya sebagai berikut:

1. Persiapan

Kegiatan ini diawali dengan melakukan koordinasi langsung kepada Lurah dan Ketua Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Jaya Mekar Sudajaya Hilir, pada hari Selasa tanggal 01 September 2020 tentang pelaksanaan kegiatan bimbingan teknis aplikasi pemasaran bagi UKM karang taruna. Pada diskusi tersebut disepakati bahwa jumlah anggota UKM karang taruna yang akan mengikuti bimtek ini sebanyak 40 orang, serta ditemukannya beberapa permasalahan yaitu kurang pemahannya penggunaan teknologi website dan aplikasi dalam pemasaran. Sehingga dari permasalahan tersebut dapat disusun materi bimbingan teknis yaitu teknik penggunaan teknologi website dan aplikasi pemasaran.

2. Bimbingan Teknis

Pelaksanaan kegiatan bimtek ini yaitu pada hari Rabu tanggal 09 September 2020 bertempat di Aula Kelurahan Jaya Mekar. Kegiatan ini dihadiri oleh Camat Kecamatan Baros, Lurah Kelurahan Jaya Mekar beserta jajarannya, pendamping kegiatan dana Kelurahan tahun 2020, dan UKM karang taruna Kelurahan Jaya Mekar. Kegiatan ini dibuka langsung oleh Camat Kecamatan Baros Kota Sukabumi. Menjawab permasalahan yang ditemukan pada saat diskusi, maka disepakati memberikan edukasi dan praktek langsung kepada peserta UKM anggota karang taruna untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan terkait pentingnya website dan aplikasi pemasaran digital, serta bagaimana mengelola website dan aplikasi digital marketing untuk meningkatkan penjualan yang disampaikan oleh Asril Adi Sunarto.



Gambar 2. Pembukaan Bimtek Aplikasi Digital UKM Karang Taruna

Gambar 2 diatas menerangkan sambutan yang dilakukan oleh Lurah Kelurahan Jaya Mekar pada saat bimtek Aplikasi digital bagi UKM, dan beliau menjelaskan pentingnya aplikasi digital marketing dalam meningkatkan penjualan di era pandemic dan aplikasi tersebut harus dikelola dengan baik.



Gambar 3. Penyampaian Materi Penggunaan Aplikasi Digital

Gambar 3 di atas menerangkan penyampaian materi oleh Asril Adi Sunarto terkait aplikasi digital marketing apa saja yang harus diketahui oleh UKM karang taruna, dan bagaimana mengelola website, baik dari memilih kata-kata yang tepat untuk memasarkan produk, memasukkan produk dan harga dalam website.

3. Evaluasi

Evaluasi kegiatan pelatihan aplikasi digital marketing bagi UKM Karang Taruna, berfokus pada kemampuan peserta dalam memilih dan menggunakan aplikasi digital marketing. Hasil evaluasi kegiatan pelatihan aplikasi digital marketing bagi UKM Karang Taruna sebagai berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Peningkatan Hardskil Penggunaan Aplikasi Digital Marketing

No	Pertanyaan	Awal	Akhir	Selisih
1	Pemilihan Aplikasi Digital Marketing	40	80	+40
2	Penggunaan Aplikasi Digital Marketing	40	85	+45
3	Pengenalan Website	30	70	+40
Total		110	235	125

Tabel 1 di atas menerangkan bahwa peserta bimbingan teknis aplikasi digital marketing bagi UKM Karang Taruna rata-rata kemampuan dan pemahaman peserta tergolong rendah, di mana rata-ratanya sebesar 36,67%. Ini menandakan bahwa peserta belum memahami teknik penggunaan aplikasi digital marketing. Setelah

dilaksanakan bimbingan teknis kemampuan peserta meningkat, dengan rata-ratanya sebesar 78,33%. Peningkatan kemampuan peserta sebelum dan sesudah dilakukan bimtek meningkat sebesar 41,66%.

SIMPULAN

Kegiatan bimbingan teknis pelatihan aplikasi pemasaran bagi UKM Karang Taruna Kelurahan Jaya Mekar Kecamatan Baros Kota Sukabumi. Pada tahap persiapan khususnya saat diskusi ditemukan beberapa permasalahan yaitu rendahnya pengetahuan dan kemampuan penggunaan aplikasi pemasaran. Tahap bimbingan teknis bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta, dengan fokus materi memilih dan menggunakan aplikasi pemasaran dan pengenalan tentang website. Berdasarkan hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa bimtek membawa dampak positif, yaitu meningkatnya kemampuan dan pemahaman peserta sebesar 41,66%.

Saran bagi UKM Karang Taruna Kelurahan Jaya Mekar Kota Sukabumi, yaitu harus mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan pada saat bimtek. Dan kedepannya untuk dilakukan bimtek mengenai strategi memasarkan produk melalui digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan berakhirnya kegiatan bimtek ini, kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam bimbingan teknis aplikasi pemasaran bagi UKM. Khususnya kepada Camat Baros dan Lurah Kelurahan Jaya Mekar dan UKM karang taruna Kelurahan Jaya Mekar, kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus atas berjalannya kegiatan ini. Kami berharap acara ini memberikan banyak manfaat bagi para peserta, yang telah berkenan hadir dalam mengikuti kegiatan ini sampai dengan selesai. Dan tak lupa kepada pemateri yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi acara ini dan semoga acara ini bermanfaat bagi kita semua.

REFERENSI

- Adisurya, S. I., Ariani, A., Wilastrina, A., & Wiemar, R. (2021). Peningkatan Kreativitas Remaja Karang Taruna Dalam Membuat Hiasan Kepala dan Masker untuk Tari Betawi Kreasi. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(2), 177. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.2.177-190.2021>
- Aini, K., & Rahmawaty, P. (2018). The Effect of Service Quality and Consumer Trust on Retail Website Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(2), 60–68. https://doi.org/10.1007/978-3-319-11848-2_21

- Alhidayatullah, A., Amal, M. K., Kartini, T., & Sudarma, A. (2022). Business Model Innovation Through MSME Sister Busines. *International Journal of Law Policy and Governance*, 1(2), 69–77. <https://doi.org/10.54099/ijlpg.v1i2.422>
- Choi, S., & Yoo, J. (2022). The Impact of Technological Innovation and Strategic CSR on Firm Value: Implication for Social Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4), 1–20. <https://doi.org/10.3390/joitmc8040188>
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17–22.
- Flores, A. M., Pavan, M. C., & Paraboni, I. (2022). User profiling and satisfaction inference in public information access services. *Journal of Intelligent Information Systems*, 58(1), 67–89. <https://doi.org/10.1007/s10844-021-00661-w>
- Haryani, P. (2023). Pelatihan Skill UpBisnis Karang Taruna Kota Yogyakarta dengan Digital Marketing. *SOROT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 42–46. <https://doi.org/10.32699>
- Henman, P., Graham, T., & Lata, L. N. (2021). Building the ‘front door’ within a web ecology: Informational governance and institutional shaping of national government webportals. *Government Information Quarterly*, 38(2). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101575>
- Hilmiana, H., & Kirana, D. H. (2021). PENINGKATAN KESEJAHTERAAN UMKM MELALUI STRATEGI DIGITAL MARKETING. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 124. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32388>
- Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A thematic exploration of digital, social media, and mobile marketing: Research evolution from 2000 to 2015 and an agenda for future inquiry. *Journal of Marketing*, 80(6), 146–172. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0415>
- Nurmilah, R., Ade Sudarma, & Alhidayatullah, A. (2022). Culinary Tourism Development Strategy In Sukabumi. *International Journal of Entrepreneurship and Business Management*, 1(2), 105–115. <https://doi.org/10.54099/ijebm.v1i2.351>
- Samanta, I. (2022). Examining relationship marketing and strategic branding in b2b Greek SMEs: A family business development. *Innovative Marketing*, 18(3), 110–120. [https://doi.org/10.21511/im.18\(3\).2022.10](https://doi.org/10.21511/im.18(3).2022.10)
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>
- Sobar, A., Permadi, I., Alhidayatullah, A., & Fathussyaadah, E. (2023). Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3782–3793. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i4.16383>

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)

ISSN: 3024-8264

Vol. 1 No. 1 (Maret) 2023, hal: 16-23

- Sudarma, A., Alhidayatullah, A., Khairul Amal, M., & Candra Pertala, E. (2022). Implementasi Model Sister Bisnis UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 5(3), 967–971. <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/>
- Utaminingsih, A., Priyanto, S. H., Ihalauw, J. J. O. I., & Kusuma, L. (2020). Green Business Behaviour, Green Technologies, and Sustainability in SMEs. In *International Journal of Economics and Business Administration: Vol. VIII* (Issue 1).