

PEMANFAATAN TIK SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM DESA SEMBAWA DIMASA PENDEMI COVID-19

Rio Andriyat Krisdiawan¹, Sugeng Supriyadi², Nunu Nugraha³, Indah Suci Rahmawati⁴, Diaz Athya Rahma⁵

¹²³⁴⁵Teknik Informatika S1, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Kuningan, Indonesia

Email : ¹rioandriyat@uniku.ac.id, ²sugeng.supriyadi@uniku.ac.id, ³nunu.nugraha@uniku.ac.id,
⁴20210810087@uniku.ac.id, ⁵20210810052@uniku.ac.id

Abstract

Covid-19 is a non-natural disaster that causes a health crisis. It disrupts national economic activities in the MSME sector (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Sembawa Village, Kuningan Regency. Covid-19 has disrupted supply and demand as well as supply chains. One of the government's national economic recovery efforts during the Covid-19 pandemic is to encourage the MSME sector to take advantage of the role of ICT (Information and Communication Technology) as an effective and efficient marketing strategy. However, many MSMEs in Sembawa Village still do not use ICT for product sales because human resources do not understand how to use and utilize it. Community Service is one of the three dharmas carried out by Kuningan University lecturers and students, which aims to provide knowledge, insight, knowledge, and skills in the form of training and assistance in the use of ICT as a marketing strategy for MSME products in Sembawa Village in the Covid-19 pandemic era. The training and service carried out to the community, and MSME actors in Sembawa Village are expected to increase knowledge, understanding, and skills in mastering online technology, social media, and E-Commerce platforms in the era of the COVID-19 pandemic. digital entrepreneurship and growing sales of MSME products in the village of Sembawa.

Keywords: ICT, COVID-19, MSME

Abstrak

Covid-19 sebagai bencana non alam yang mengakibatkan krisis kesehatan dan mengganggu aktivitas ekonomi nasional, salah satunya adalah di sector UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di desa sembawa kabupaten kuningan. Covid-19 membuat supply dan demand serta rantai pasok terganggu. Salah satu upaya pemulihan ekonomi nasional yang dilakukan pemerintah di masa pandemi Covid-19 adalah mendorong sektor UMKM, dalam memanfaatkan peran TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) sebagai strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Akan tetapi banyak UMKM di Desa sembawa yang masih belum memanfaatkan TIK untuk penjualan produk, dikarenakan SDM yang belum begitu paham bagaimana penggunaan dan pemanfaatannya. Pengabdian kepada Masyarakat adalah salah satu 3 dharma yang dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa universitas kuningan, yang bertujuan untuk memberikan keilmuan, wawasan, pengetahuan dan keterampilan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan TIK sebagai strategi pemasaran produk UMKM di Desa Sembawa di era pandemic Covid-19. Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan kepada masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Sembawa diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan dalam menguasai teknologi daring, media social dan platform E-Commerce di era pandemic COVID-19 Sehingga pola baru yang dibuat akan tetap efektif dalam menumbuhkan pola berwirausaha digital dan meningkatkan penjualan produk UMKM di desa sembawa.

Kata Kunci : TIK, COVID-19, UMKM

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan Website resmi komite penanganan Covid-19 dan pemulihan ekonomi nasional pemerintah Indonesia Covid19.go.id, Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) telah dinyatakan oleh WHO sebagai pandemic dan Indonesia telah menyatakan Covid -19 sebagai bencana non alam berupa wabah penyakit yang wajib dilakukan upaya penanggulangan sehingga tidak terjadi peningkatan kasus. Dalam upaya penanggulangan Covid -19, diperlukan panduan bagi masyarakat dalam mencegah penularan Covid -19 ditempat kerja. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendes PDTT) mendorong perangkat desa mengambil peran khusus dalam penanggulangan wabah Covid -19 yang disebabkan virus corona SARS-CoV-2. [1]

Covid-19 mengakibatkan krisis kesehatan dan mengganggu aktivitas ekonomi nasional, salah satunya adalah di sector UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di kabupaten Kuningan.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah sesuai undang-undang no. 20 tahun 2008. Pertumbuhan perekonomian nasional tidak terlepas dari perekonomian pedesaan karena sebagian besar masyarakat Indonesia tinggal dipedesaan. Apabila kondisi ekonomi di desa sudah maju dan mandiri maka masyarakat akan sejahtera. [2]

Berdasarkan data BPS Kabupaten Kuningan, terdapat 192 UMKM yang ada di Kecamatan Jalaksana, dari 5151 UMKM yang dibina.

Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang paling terdampak pandemi Covid-19. Wabah ini membuat supply dan demand serta rantai pasok terganggu, sehingga roda perekonomian di tataran UMKM tersendat. Bahkan banyak UMKM di Kabupaten Kuningan yang terpaksa harus menghentikan produksinya.

Salah satu upaya pemulihan ekonomi nasional yang dilakukan pemerintah di masa pandemi Covid-19 adalah mendorong sektor UMKM, dalam memanfaatkan peran TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi).

Penggunaan TIK di era pandemic Covid-19, sangat diutamakan terutama sebagai Langkah strategis dalam pemasaran produk UMKM. Pembatasan Sosial berskala besar di era pandemic Covid-19 menuntut masyarakat melakukan adaptasi kebiasaan baru. adaptasi kebiasaan baru dalam melakukan semua rutinitas, salahsatunya adalah dengan memanfaatkan TIK dalam berbagai bidang, seperti berkomunikasi dan bertransaksi. Hal ini menjadi point penting dala strategi pemasaran produk UMKM dimasa pandemic Covid-19 dengan menerpkan TIK.

Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Pemasaran saat ini telah merambah ke dunia media sosial [3]. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran [4].

Model bisnis digital berasal dari kombinasi teknologi digital dan kewirausahaan yang kemudian menghasilkan fenomena karakteristik baru dalam hal bisnis [5]. Dalam hal ini peran teknologi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap unit bisnis baru yang dibuat. Paradigma teknologi yang muncul memanfaatkan potensi kolaborasi dan kecerdasan kolektif untuk merancang dan meluncurkan inisiatif kewirausahaan yang lebih kuat serta berkelanjutan. Meski begitu ada empat dimensi yang terkait dengan kewirausahaan digital yaitu aktor digital (siapa), aktivitas digital (apa), motivasi digital (mengapa) dan organisasi digital (bagaimana) [6].

Akan tetapi banyak UMKM di Desa sembawa yang masih belum memanfaatkan TIK untuk penjualan produk, dikarenakan SDM yang belum begitu paham bagaimana penggunaan dan pemanfaatannya. Pengetahuan yang masih minim di bidang TIK yang mengakibatkan penggunaan TIK belum begitu optimal untuk UMKM di desa sembawa.

Berdasarkan permasalahan di atas penulis melakukan program pengabdian kepada masyarakat dengan tema yaitu: Pemanfaatan TIK Sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM Desa Sembawa Dimasa Pandemi Covid-19.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari desa dan hasil observasi langsung ke UMKM di desa sembawa kecamatan jalaksana, terdapat permasalahan yang dihadapi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dan pelaku UMKM dalam penggunaan TIK.
2. Masih sedikit pelaku UMKM yang memanfaatkan teknologi daring dan media sosial dan platform e-commerce sebagai strategi dan saran penjualan produk UMKM di era Covid-19.

Dari permasalahan tersebut, tim pelaksana mengidentifikasi solusi yaitu berupa pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat dan pelaku UMKM di desa sembawa berupa pelatihan teknologi daring, penggunaan media sosial dan penggunaan serta pemanfaatan platform e-commerce dalam strategi peningkatan penjualan produk UMKM.

Pelatihan bertujuan memberikan pemahaman, pengetahuan dan wawasan mengenai teknologi informasi dan komunikasi kepada masyarakat dan pelaku UMKM di desa sembawa.

Pelaksanaan pendampingan bertujuan untuk memberikan keterampilan serta memulai adaptasi kebiasaan baru di era pandemi Covid-19 sebagai strategi pemasaran produk umkm di desa sembawa.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang sudah diidentifikasi dan dirumuskan di atas, maka metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan dalam pengabdian ini menggunakan metode Pelatihan, dan Pendampingan.

Metode yang digunakan adalah pelatihan yang disertai dengan pendampingan, dan

demonstrasi, praktek langsung dengan menggunakan handphone maupun laptop oleh para peserta. [7]

1. Pelatihan atau Magang (Inggris: Training) adalah proses melatih; kegiatan atau pekerjaan. [8]. Pelatihan mempersiapkan peserta latihan untuk mengambil jalur tindakan tertentu yang dilukiskan oleh teknologi dan organisasi tempat bekerja, dan membantu peserta memperbaiki prestasi dalam kegiatannya terutama mengenai pengertian dan keterampilan [9]. Adapun teknik yang digunakan dalam metode pelatihan ini yaitu:
 - a. Teknik presentasi informasi yang meliputi ceramah dan diskusi
 - b. Metode simulasi yang meliputi studi kasus,
2. Pendampingan dilakukan dengan pendekatan individual dan klasikal. Pendekatan klasikal yang dilakukan yaitu pendampingan penggunaan aplikasi e-commerce, penggunaan social media WhatsApp Bisnis, Facebook, Instagram, Twitter dan Youtube. Adapun langkah-langkah kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:
 - a. Ceramah mengenai teknologi informasi dan komunikasi.
 - b. Pelatihan penggunaan aplikasi e-commerce
 - c. Pengenalan Media social WhatsApp Bisnis, Facebook, Instagram, Twitter dan Youtube.
 - d. Pelatihan penggunaan aplikasi WhatsApp Bisnis, Facebook, Instagram, Twitter dan Youtube.
 - e. Diskusi dilaksanakan setelah kegiatan berlangsung untuk membahas kekurangan dan rencana tindak lanjut kedepannya.
 - f. Evaluasi
 - g. Pemantauan pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan 2 hari pelatihan dan 1 hari pendampingan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pengabdian ini penulis melakukan kegiatan dengan target kepada Masyarakat, UMKM desa sembawa yang dibantu oleh anggota yang lain dalam melakukan pelatihan dan pendampingan secara langsung. Adapun langkah-langkah kegiatan yang dilakukan adalah pendampingan dalam pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran produk UMKM sebagai berikut:

- a. Memberikan pemahaman, pengetahuan dan wawasan mengenai teknologi informasi dan komunikasi.
- b. Memberdayakan masyarakat untuk ikut serta membangun pola kebiasaan baru untuk penanggulangan wabah COVID-19.
- c. Memberikan pengetahuan adaptasi kebiasaan baru berwirausaha digital
- d. Memberikan pengetahuan dan pelatihan pemanfaatan TIK sebagai strategi pemasaran produk UMKM.
- e. Pelaksanaan pendampingan dan demonstrasi secara langsung dilakukan dengan 8 kali pertemuan dalam waktu 1 bulan.

Berdasarkan solusi yang dilaksanakan diharapkan dapat membentuk pola kebiasaan baru yang lebih efektif dan efisien dalam pemasaran produk-produk UMKM dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi,



Gambar 1. Kegiatan Pembukaan dan Pelatihan di Aula Desa Sembawa

Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan kepada pelaku UMKM di Desa sembawa diharapkan dapat meningkatkan

pengetahuan dan pemahaman dalam membangun pola kebiasaan baru di era pandemic Covid-19 dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Sehingga pola baru yang dibuat akan menjadi pola digitalisasi kewirausahaan dan strategi pemasaran produk-produk UMKM.



Gambar 2. Pelaksanaan Pendampingan dan Demonstrasi

Hasil pengabdian yang dilakukan penulis, dapat memberikan dampak yang positif bagi desa khususnya pelaku UMKM di desa sembawa. Masyarakat memiliki wawasan dan keterampilan penggunaan dan pemanfaatan teknologi daring dan penggunaan media social serta platform e-commerce. Kegiatan berdampak dalam menumbuhkan kembali UMKM yang terdampak pandemic, serta menumbuhkan pola berwirausaha digital dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

Hal tersebut dapat terlihat dengan hasil questioner akhir dari kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan.

Hasil evaluasi yang perlu ditingkatkan Kembali yaitu, melatih wirausahawan dan pelaku UMKM dalam menguasai teknologi daring, dan media social yang lebih dalam lagi untuk jangkauan pemasaran produk. Selain itu, kegiatan ini dapat merangsang dan memotivasi masyarakat produktif untuk mengembangkan sector lain yang bisa dilaksanakan secara daring dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

5. KESIMPULAN

Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan kepada masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Sembawa dapat meningkatkan pengetahuan, pemahaman, wawasan, dan keterampilan teknologi daring, dan media social di era pandemic *COVID-19* Sehingga pola baru yang dibuat akan tetap efektif dalam menumbuhkan pola berwirausaha digital dan meningkatkan penjualan produk UMKM.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ucapkan terima kasih kepada Kepala Desa dan Aparat Desa Sembawa, Mahasiswa FKOM UNIKU, Dekan FKOM UNIKU, Rektor Universitas Kuningan, Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan atas segala dukungan yang telah diberikan sehingga terselenggaranya kegiatan pengabdian ini.

7. REFERENSI

- [1] R. A. F. A. & H. F. Krisdiawan, "Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Era Pandemi Covid-19 untuk Mendukung Koordinasi Kerja Aparatur Desa Sembawa, Kuningan Jawa Barat," *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 4, no. 1, pp. 111-115, 2021.
- [2] R. A. & Y. Y. Krisdiawan, "Pelatihan Pemanfaatan Internet Dibidang E-Commerce Dalam Meningkatkan Jangkauan Pemasaran Produk Umkm Desa Pamulihan Kecamatan Subang," *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 2, pp. 130-134, 2020.
- [3] M. e. a. Sofiyana, "Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM di Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar," *Aptekmas*, vol. 4, no. 4, pp. 96-100, 2021.
- [4] D. P. a. R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)," *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71-80, 2019.
- [5] F. & B. A. Giones, " Digital technology entrepreneurship: A definition and research

agenda," *Technology Innovation Management Review*, vol. 7, no. 5, 2017.

[6] G. M. A. & P. G. Elia, "Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process," *Technological Forecasting and Social Change*, p. 150, 2020.

[7] R. I. P. F. S. C. Simamora, "Pelatihan Aplikasi Keuangan AKUNTANSIKU Bagi UMKM Binaan Wahana Visi Indonesia Jakarta," *Aptekmas*, vol. 4, no. 3, pp. 94-98, 2021.

[8] KBBI edisi 2, Jakarta: Balai Pustaka, 1989.