



Penerapan Aplikasi Sistem Informasi Pemasaran Pada Kegiatan UMKM Berbasis Klaster

Implementation of Marketing Information System Applications On MSME Activities based on Cluster

Dian Widiarti¹, Yudha Praja²

^{1,2} Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Situbondo

Corresponding author: dian.widiarti@unars.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian dalam masyarakat dimana perkembangannya saat ini dibarengi dengan adanya kemajuan pemanfaatan teknologi. Munculnya beragam *e-commerce* menjadi tantangan baru bagi dunia usaha seperti UMKM. Ketidakmampuan dalam persaingan dagang secara elektronik akan berakibat pada penurunan omset penjualan. Pembuatan aplikasi system informasi pemasaran pada kegiatan UMKM ini diharapkan dapat menjembatani kebutuhan sarana promosi produk pada kegiatan UMKM sehingga berdampak pada peningkatan hasil penjualan. Kegiatan ini bertujuan untuk dapat memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM agar dapat memanfaatkan aplikasi system pemasaran sebagai sarana *branding* produk yang mereka miliki sehingga diharapkan dapat mengurangi kesenjangan akibat *trend* teknologi *e-commerce* yang sedang berkembang pesat. Pelatihan ini dilakukan dengan metode ceramah, diskusi, dan simulasi langkah – langkah penggunaan aplikasi system pemasaran yaitu *lapakdawuhan.com*. Hasil dari kegiatan ini adalah kemampuan pemanfaatan aplikasi pemasaran produk *lapakdawuhan.com* oleh pemilik UMKM dan pengimplementasiannya dalam kegiatan penjualan produknya.

Kata Kunci : system informasi, UMKM, digitalisasi, aplikasi

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the economic drivers in society whose development is currently accompanied by advances in the use of technology. The emergence of various types of e-commerce has become a new challenge for the business world such as MSMEs. The inability to compete in electronic commerce will result in a decrease in sales turnover. It is hoped that the creation of a marketing information system application for MSME activities can bridge the need for product promotion facilities in MSME activities so that it has an impact on increasing sales results. This activity aims to provide training to MSME owners so that they can utilize marketing system applications as a means of branding their products it is hoped that they can reduce the gap due to the rapidly developing e-commerce technology trend. This training was carried out using lecture methods, discussions, and simulations of the steps for using the marketing system application, namely lapakdawuhan.com. The result of this activity is the ability to utilize the lapakdawuhan.com product marketing application by MSME owners and implement it in their product sales activities.

Keywords : information systems, MSMEs, digitalization, applications

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang bergerak pada berbagai macam bidang usaha yang berhubungan langsung dengan masyarakat dan diatur langsung oleh Undang-undang nomor 20 tahun 2008 mengenai jenis usaha mikro kecil dan menengah. Adanya *trend* pemanfaatan teknologi dalam belanja online menjadi



tantangan bagi pemilik usaha UMKM untuk terus bersaing dalam memasarkan produknya. Peningkatan kapasitas pemilik UMKM mulai dari keragaman produk dan model bisnis yang didukung kemampuan terhadap literasi digital sangat diperlukan saat ini.

UMKM memiliki peran krusial dalam perekonomian lokal maupun nasional. UMKM diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja, mendukung ekonomi masyarakat sekitar, dan berperan dalam pengembangan inovasi produk dan layanan. Sehingga, UMKM yang efisien dan terintegrasi dengan sistem informasi dapat memberikan dampak positif yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam ekonomi digital sangat penting dan semakin menjadi fokus utama dalam perkembangan ekonomi modern. Ekonomi digital mencakup segala hal yang terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk internet, perangkat mobile, *e-commerce*, aplikasi, dan sistem informasi. Kegiatan sosialisasi sistem informasi pemasaran produk untuk UMKM adalah langkah penting dalam upaya memperkuat sektor UMKM di era digital ini. Melalui sosialisasi dan implementasi ini, kami bertujuan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para pemilik UMKM tentang pentingnya sistem informasi, manfaatnya, dan cara-cara implementasinya.

Berdasarkan observasi pada beberapa pemilik UMKM di Kelurahan Dawuhan, kegiatan pemasaran produk masih bersifat dari mulut ke mulut dengan memaksimalkan pemanfaatan Whatsapp (WA) dan terbatas pada lingkup pertemanan dan kolega. Penyediaan sistem informasi pemasaran diharapkan dapat memberikan manfaat yang optimal dalam mengatasi tantangan dan hambatan dengan cara mengidentifikasi dan memahami kebutuhan informasi pemasaran sesuai dengan trend bisnis yang sedang berjalan serta bagaimana sistem informasi pemasaran yang ada mampu mengintegrasikan data dari berbagai UMKM sehingga tercipta sistem informasi pemasaran yang komprehensif. Karena pada prinsipnya pemilik usaha harus dapat menyelaraskan trend pasar yang sedang berjalan dan gesit dalam menanggapi pergeseran serta perubahan dalam lingkungan bisnis. Pemasaran digital dapat diidentifikasi sebagai salah satu aspek yang paling cepat berkembang dan paling berdampak dalam menjalankan bisnis.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk pelatihan penggunaan aplikasi lapakdawuhan.com dengan harapan aplikasi lapakdawuhan.com dapat menjembatani kebutuhan para pelaku UMKM khususnya di Kelurahan Dawuhan untuk dapat mempromosikan produk serta memperluas jangkauan pemasarannya.

METODE

Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan cara ceramah, diskusi, simulasi aplikasi dan pendampingan. Ada tiga tahapan yang dilakukan

dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi.

Tahap Persiapan

Melakukan pengamatan, pencatatan dan pencarian informasi mengenai data UMKM di Kelurahan Dawuhan. Hasil survey pada tahap ini diperoleh beberapa UMKM yang dapat menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini. Pada tahap ini kami melakukan wawancara kepada beberapa UMKM untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan pemasaran, teknologi dan promosi yang dilakukan dalam mengembangkan UMKM.

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan pengabdian dilaksanakan secara luring dan diikuti oleh pemilik UMKM. Pada tahap pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi 3(tiga) yaitu; (1) Penyampaian mengenai aplikasi lapakdawuhan.com terkait gambaran umum system, fungsi, manfaat, dan cara kerja aplikasinya; (2) Simulasi penggunaan aplikasi dengan cara pendampingan dan pengarahan secara langsung kepada pemilik UMKM; (3) Diskusi dan tanya jawab.

Tahap Evaluasi

Tahap akhir dari kegiatan pengabdian ini adalah mengevaluasi mengenai sejauh mana kemampuan dan keberhasilan peserta dalam menggunakan aplikasi lapakdawuhan.com secara mandiri, sehingga aplikasi dapat benar-benar dimanfaatkan oleh peserta dalam kegiatan pemasaran produknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Pada tahap ini didapatkan informasi berdasarkan wawancara mengenai permasalahan pada kegiatan UMKM, teknologi dan promosi yang dilakukan. Berikut hasil wawancara bersama pemilik UMKM.

Tabel 1. Informasi dan Permasalahan UMKM

No	Nama Usaha	Informasi Produk Yang Dijual	Permasalahan Pemasaran
1	Griya Mymoon Store	Produk fashion pakaian wanita, laki-laki dan anak-anak. Perlengkapan keperluan Haji dan oleh-oleh. Perlengkapan ibadah seperti mukenah, sarung, Al-quran, dll.	Persaingan usaha dan minat beli masyarakat yang lebih memilih belanja online, update ketersediaan barang baru.
2	Yufi Donuts And Bakery	Usaha kuliner kue dan bakery seperti donat, roti, bolu, risoles, kue kering, kue nampan dll.	Jangkauan pemasaran produk, informasi produk, ketersediaan produk yang ready dan pre order.

No	Nama Usaha	Informasi Produk Yang Dijual	Permasalahan Pemasaran
3	Liza Mandiri	Usaha sembako seperti beras, minyak, frozen food, buah-buahan, air gallon, dll.	Jangkauan pemasaran, ketersediaan produk, media promosi menggunakan WA yang harus update setiap saat.

Sumber: Hasil Wawancara

Tabel 2. Teknologi dan Promosi

No	Nama Usaha	Teknologi yang digunakan	Proses pembelian	Promosi
1	Griya Mymoon Store	Whatsapp Facebook M- Banking	COD Pembelian langsung di toko	Sesekali menggunakan story di WA dan Facebook
2	Yufi Donuts And Bakery	WA dan Instagram	Proses pembelian dan penjualan sesuai pesanan atau pre order	Posting kue yang akan dan sedang ready untuk di jual
3	Liza Mandiri	Whatsapp Facebook M- Banking	COD Pembelian langsung di toko	Buat status di media sosial, WA, FB dan market place

Sumber: Hasil Wawancara

Tahap Pelaksanaan

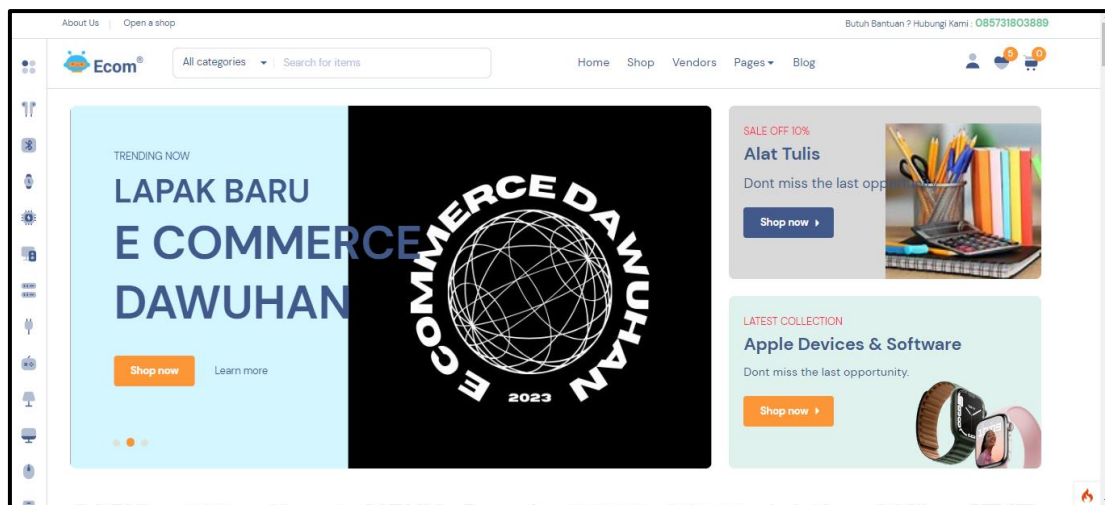
Kegiatan dilaksanakan di Aula TPQ Dawuhan Situbondo, pada tanggal 07 Oktober 2023 pukul 18.30 WIB. Kegiatan dihadiri oleh 9 pemilik UMKM yang memiliki usaha di wilayah Kelurahan Dawuhan. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan pembukaan oleh Narasumber Dian Widiarti, S.T., M.Kom, dilanjutkan dengan pemaparan materi mengenai gambaran umum system, fungsi, manfaat, dan cara kerja aplikasi lapakdawuhan.com.



Gambar 1. Foto Kegiatan Sosialisasi

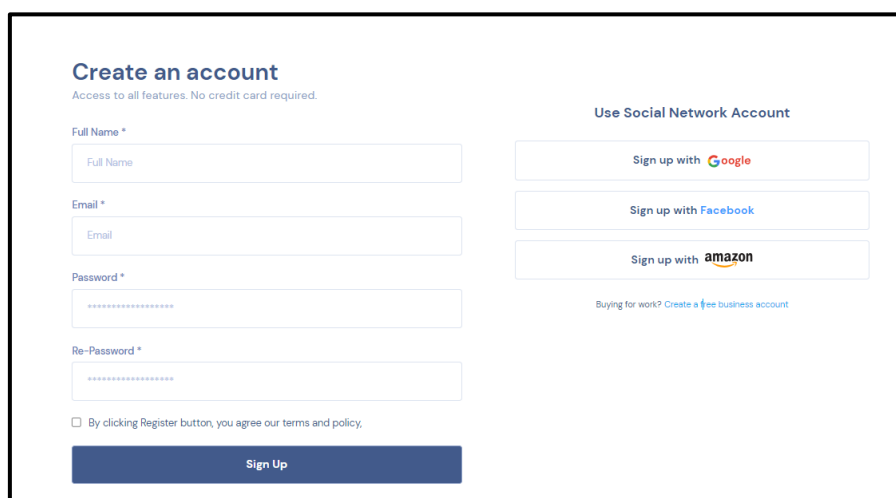
Beberapa tahapan kegiatan dalam implementasi aplikasi ini meliputi tahap inialisasi lapakdawuhan.com, yaitu tahap dimana pemilik UMKM diarahkan untuk mengunjungi alamat <https://www.lapakdawuhan.com/home> . Penjual/Pemilik UMKM

harus membuat akun terlebih dahulu untuk dapat memasarkan produknya dengan memilih menu *open a shop*.



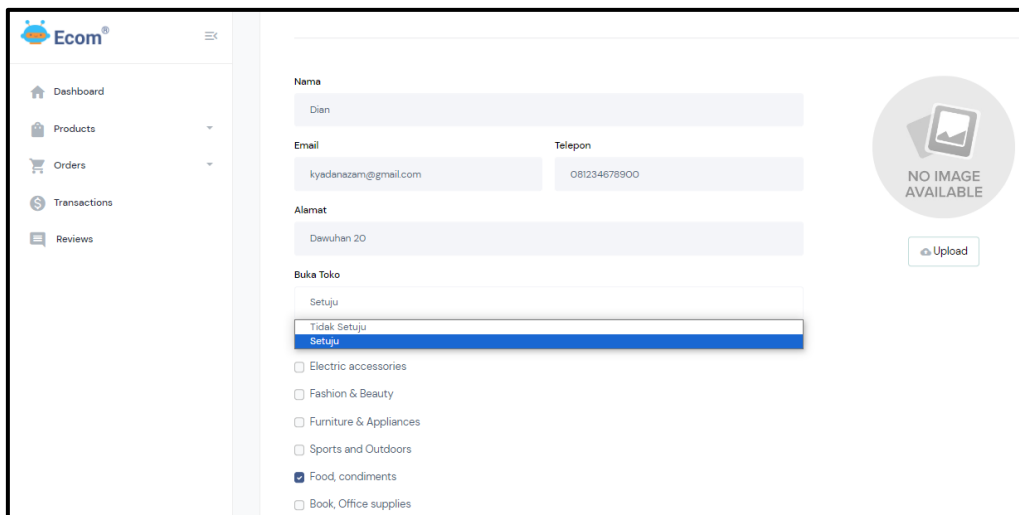
Gambar 2. Halaman Utama Aplikasi

Pada proses pembuatan akun, pemilik UMKM diminta untuk menuliskan nama, email dan password. Dengan menyetujui pembuatan akun, maka pemilik UMKM dapat melakukan login sebagai pengguna aplikasi lapakdawuhan.com.



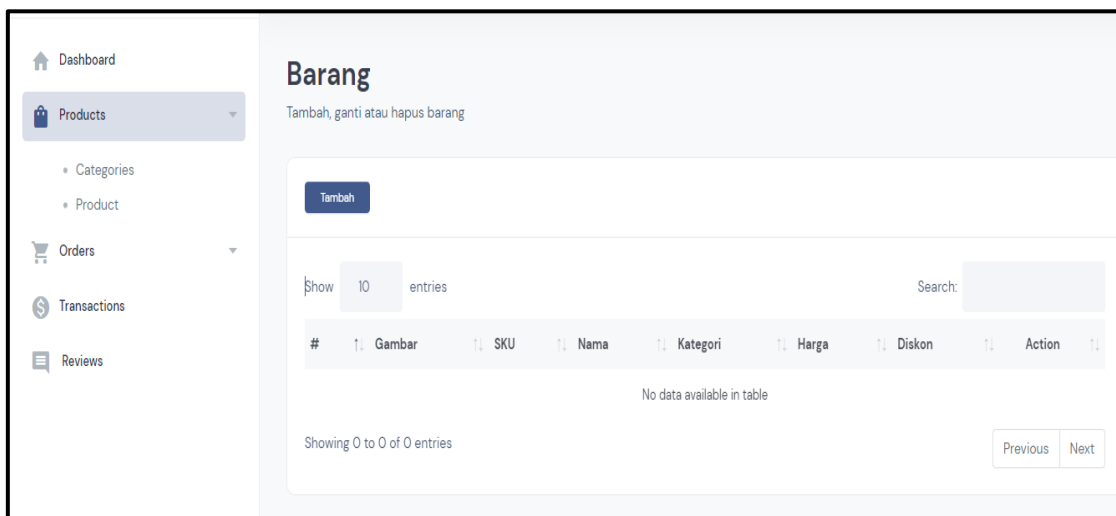
Gambar 3. Menu Create Account

Pada menu profile, penjual dapat memilih menu setuju untuk dapat membuka lapaknya sesuai dengan kategori yang sudah ada. Dengan memilih setuju, penjual dapat memanfaatkan semua fitur dalam akunnya yaitu menambahkan product, mengecek order/pembelian serta review dari pembeli.

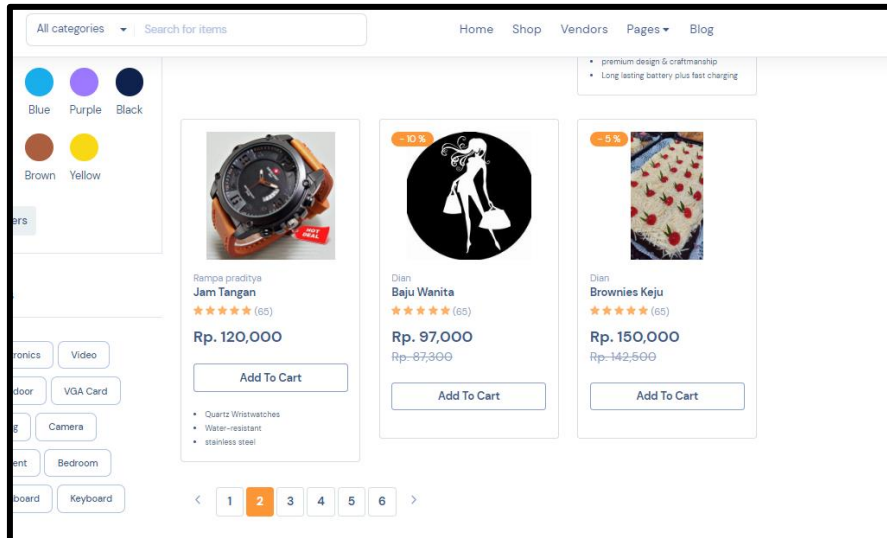


Gambar 4. Menu Buka Toko

Pada menu kategori, penjual dapat menambahkan kategori sesuai dengan barang yang akan dijual dilengkapi dengan deskripsi product. Pada menu product penjual dapat menambahkan gambar, kategori, harga product berikut promo diskon yang akan diberikan berikut spesifikasi *product*.



Gambar 5. Menu Penambahan Kategori dan Barang

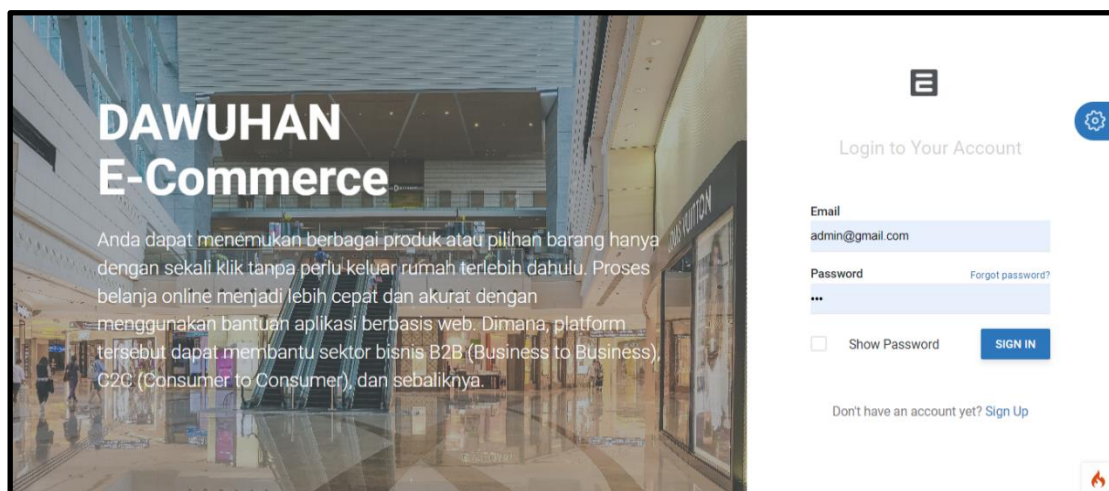


Gambar 6. Tampilan Penambahan Kategori dan Barang

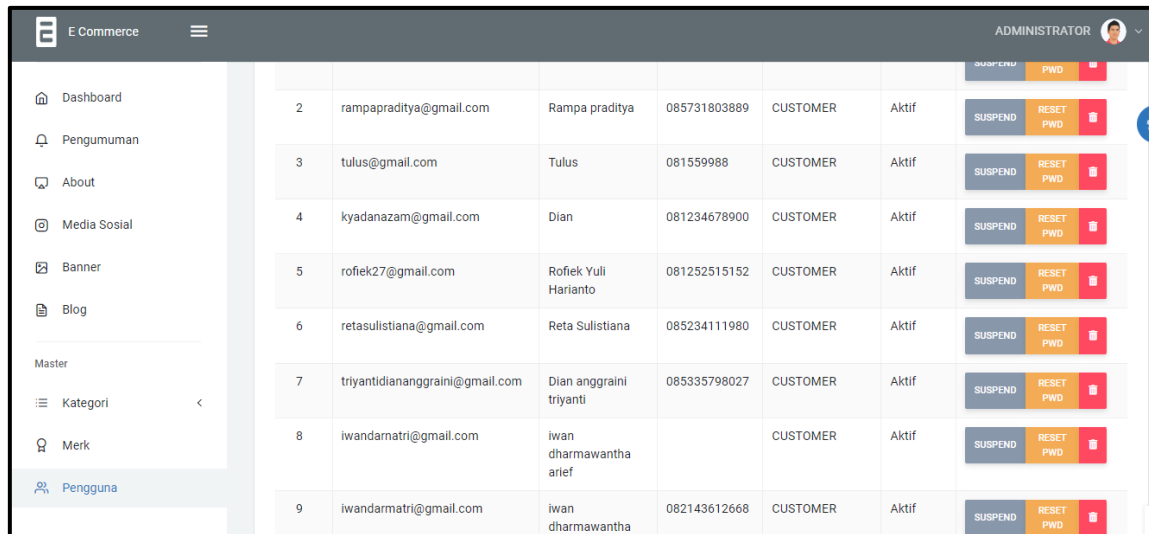
Hasil penambahan kategori dan produk pada laman dapat dilihat pada menu shop. Disana akan tampil produk yang sudah ditambahkan dan berisi informasi detail produk seperti foto produk, nama produk, harga produk, spesifikasi produk, sampai dengan diskon yang akan diberikan pada setiap produk.

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi pada akhir kegiatan dilakukan pengecekan mengenai sejauh mana kemampuan dan keberhasilan peserta dalam menggunakan aplikasi lapakdawuhan.com pada laman admin. Hasil menunjukkan bahwa semua peserta telah berhasil membuat akun sebagai pemilik toko.



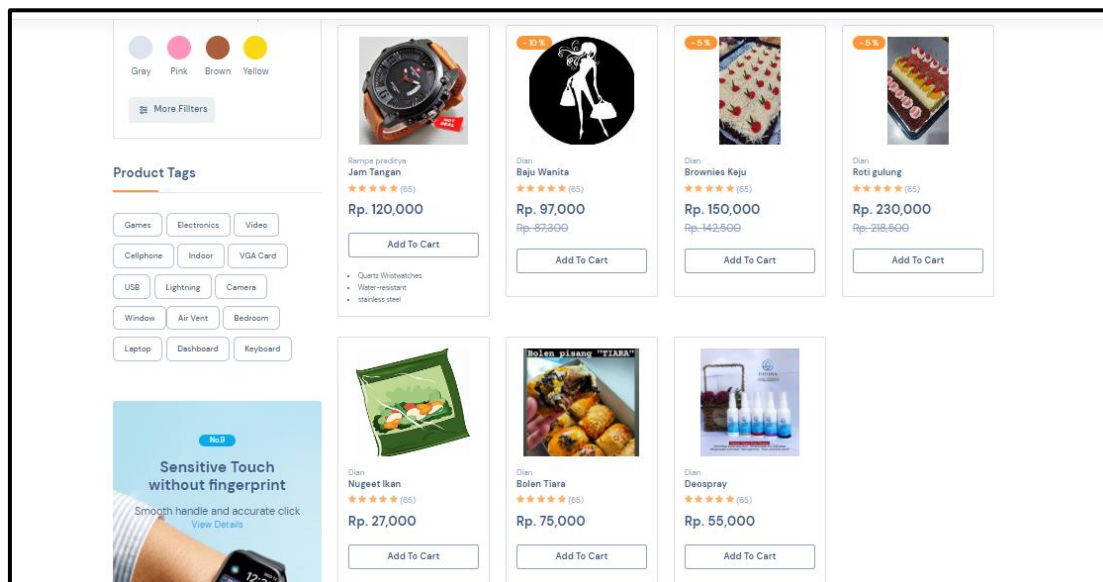
Gambar 7. Halaman Admin



ID	Email	Nama	No. HP	Role	Status	Aksi
2	rampapraditya@gmail.com	Rampa praditya	085731803889	CUSTOMER	Aktif	SUSPEND, RESET PWD, [X]
3	tulus@gmail.com	Tulus	081559988	CUSTOMER	Aktif	SUSPEND, RESET PWD, [X]
4	kyadanazam@gmail.com	Dian	081234678900	CUSTOMER	Aktif	SUSPEND, RESET PWD, [X]
5	rofik27@gmail.com	Rofiek Yuli Harianto	081252515152	CUSTOMER	Aktif	SUSPEND, RESET PWD, [X]
6	retasulistiana@gmail.com	Reta Sulistiana	085234111980	CUSTOMER	Aktif	SUSPEND, RESET PWD, [X]
7	triyantidianangraini@gmail.com	Dian angraini triyanti	085335798027	CUSTOMER	Aktif	SUSPEND, RESET PWD, [X]
8	iwandarnatri@gmail.com	Iwan dharmawantha anief		CUSTOMER	Aktif	SUSPEND, RESET PWD, [X]
9	iwandarmatri@gmail.com	Iwan dharmawantha	082143612668	CUSTOMER	Aktif	SUSPEND, RESET PWD, [X]

Gambar 8. Akun Pengguna Pada Halaman Admin

Beberapa UMKM yang dalam hal ini bertindak sebagai pemilik toko telah sampai pada tahap berhasil mengupload produknya, meskipun ada beberapa yang masih belum melakukan upload produk disebabkan karena tidak memiliki dokumentasi dengan kualitas gambar yang baik. Tingkat keberhasilan pemilik UMKM dalam memanfaatkan aplikasi adalah 80 % dengan tolok ukur mulai dari pembuatan akun, penambahan produk dan upload produk.



Gambar 9. Laman Produk

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan implementasi pemanfaatan aplikasi Lapak Dawuhan adalah langkah penting dalam membawa manfaat teknologi digital kepada masyarakat



secara lebih luas. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang Aplikasi Lapak Dawuhan dan kemampuan untuk menggunakannya secara efektif, pemilik UMKM diharapkan mampu memanfaatkan peluang yang ditawarkan untuk mempermudah proses dalam menjual produk dengan menjangkau pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, “Undang - undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah,” no. 1, 2008.
- A. Masrianto, H. Hartoyo, A. V. Hubeis, and N. Hasanah, “Digital Marketing Utilization Index for Evaluating and Improving Company Digital Marketing Capability,” *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex*, vol. 8, p. 153, 2022, doi: <https://doi.org/10.3390/joitmc8030153>.
- P. Hendriyati and A. Yusta, “Implementasi Aplikasi E-Commerce Berbasis Web,” *JURSIMA (Jurnal Sist. Inf. dan Manajemen)*, vol. 9, no. 1, pp. 40–48, 2021, [Online]. <https://ejournal.stmikgici.ac.id/index.php/jursima/article/view/232>
- F. Nordin and A. Ravald, “The Making of Marketing Decisions in Modern Marketing Environments,” *J. Bus. Res.*, vol. 162, no. March 2022, p. 113872, 2023, doi: 10.1016/j.jbusres.2023.113872.
- J. Ballerini, D. Herhausen, and A. Ferraris, “How Commitment and Platform Adoption Drive the E-commerce Performance of SMEs: A Mixed-method Inquiry Into E-commerce Affordances,” *Int. J. Inf. Manage.*, vol. 72, no. March, p. 102649, 2023, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2023.102649.
- E. S. Soegoto and A. Suropto, “Design of E-Commerce Information System on Web-based Online Shopping,” *IOP Conf. Ser. Mater. Sci. Eng.*, vol. 407, no. 1, 2018, doi: 10.1088/1757-899X/407/1/012008.
- M. Sholeh, “Membangun Sistem Informasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Di Desa Negla Kecamatan Losari Kabupaten Brebes,” *J. Scr.*, vol. 9, no. 2, pp. 184–192, 2021, [Online]. Available: www.imosumut.com.