

PEMBUATAN *E-CATALOG* DALAM MENDUKUNG DIGITALISASI PRODUK PADA UMKM DI KELURAHAN MELAYU KOTA PIRING

Satriadi¹, Rafida², Ulfa Oktaviani Nasution³, Agus Saputra⁴, Arga Aprial Saputra⁵,
M. Khoiri Huda⁶, Salsa Vidiana Putri⁷, Samuin Ode⁸, Sindy Fransisca⁹,
Siti Nuraisyah Fitriani¹⁰, Tassya Adita Megarani¹¹, Tania Annur¹², Titik Handayani¹³,
Agustina¹⁴

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14}Program Studi Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang
email: satriadi@stie-pembangunan.ac.id

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa, salah satu upaya dengan membantu pelaku UMKM untuk dapat berkembang maju dari permasalahan yang dihadapi. Permasalahan yang terjadi pada pelaku usaha pada UMKM di Kelurahan Melayu Kota Piring terletak pada kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam mempromosikan produk yang dipasarkan. Tujuan dari program ini adalah untuk mengetahui penggunaan media sosial dalam memasarkan produk dan meningkatkan pengetahuan serta keterampilan penggunaan teknologi digital bagi para pelaku usaha pada UMKM di Kelurahan Melayu Kota Piring. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini berupa pendampingan dalam pembuatan e-catalog pada produk yang dipasarkan. Hasil yang diperoleh dari program KKN ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pada pelaku usaha pada UMKM di Kelurahan Melayu kota Piring dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media dalam memasarkan produk.

Kata kunci : Digital Marketing, E-Catalog, UMKM

Abstract

Real Work Lecture (KKN) is a form of community service carried out by students, one of the efforts is to help MSME actors to be able to progress from the problems they face. The problem that occurs with business actors in MSMEs in the Melayu Sub- District, Kota Piring lies in the lack of use of digital technology in promoting products that are marketed. The purpose of this program is to find out the use of social media in marketing products and to increase knowledge and skills in using digital technology for business people in MSMEs in the Melayu Sub-District, Kota Piring. The method used in this activity is in the form of assistance in making e-catalogs for products being marketed. The results obtained from this KKN program are to increase the knowledge and skills of business actors in UMKM in the Melayu Sub-District, Kota Piring in utilizing digital technology as a medium for marketing products.

Keyword : Digital Marketing, E-Catalog, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di era revolusi industri 4.0 memberikan dampak pada perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan informasi yang lebih cepat dan murah, penggunaan media *online* seperti website dan media sosial memberikan banyak kemudahan dan membantu memperlancar segala aktivitas manusia, termasuk dalam bidang bisnis. Menurut Alford & Oage (2015), UMKM tertinggal dari perkembangan teknologi digital karena kurangnya wawasan pemasaran digital. Wardhana (2015) menyatakan bahwa strategi *digital marketing* memengaruhi keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya sebesar 78%. Kewirausahaan merupakan salah satu faktor pendorong peningkatan perekonomian Indonesia. Dengan adanya UMKM bertujuan untuk meningkatkan kreativitas dan kapasitas masyarakat untuk mengkomunikasikan ide dan kreasi dengan menggunakan sumber daya yang tersedia di Indonesia. Perkembangan jumlah UMKM dari tahun ke tahun semakin bertambah. Namun masih banyak terdapat beberapa pelaku usaha yang masih memiliki kendala dalam berbisnis terkhusus dalam bidang teknologi.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan dengan pemilik UMKM diketahui bahwa strategi pemasaran yang digunakan masih berkuat pada sistem non digital. Oleh karena itu, program KKN ini akan melakukan pendampingan dalam menggunakan media digital dalam pemasaran produk. Adanya pengetahuan tentang digital marketing dibutuhkan untuk memperluas

penjualan produk mulai dari lokal hingga nasional.

Pada UMKM yang terdapat di Kelurahan Melayu Kota Piring ini mengalami kesulitan dalam pembuatan katalog. Dengan tidak adanya katalog yang disediakan maka hal ini akan mempersulit para pelaku usaha dalam memperlihatkan hasil produk olahan mereka satu-persatu dan juga konsumen harus bertanya satu-persatu mengenai harga dan klasifikasi produk sehingga tidak efisien dan membuang waktu. Melihat adanya kebutuhan tersebut, maka kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan memberikan pendampingan bagi pelaku usaha pada UMKM di Kelurahan Melayu Kota Piring.

Tujuan dari program kegiatan ini adalah untuk mengetahui penggunaan media sosial dalam memasarkan produk dan meningkatkan pengetahuan serta keterampilan penggunaan teknologi digital bagi para pelaku usaha pada UMKM di Kelurahan Melayu Kota Piring. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengaruh positif dan bermanfaat bagi UMKM di Kelurahan Melayu Kota Piring agar tetap bertahan dan terus berkembang menjadi UMKM yang lebih maju lagi khususnya di Kota Tanjungpinang.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah berupa pendampingan kepada pelaku usaha pada UMKM di Kelurahan Melayu Kota Piring. Pendampingan ini dilakukan guna untuk memberikan pengetahuan mengenai cara pembuatan katalog dalam memasarkan produk yang kemudian katalog tersebut akan di upload ke media sosial milik pelaku UMKM. Pada proses pengabdian ini dilakukan melalui dua tahap. Tahap pertama diawali dengan observasi terhadap strategi pemasaran yang digunakan selama bisnis ini berjalan dan melakukan wawancara terhadap pelaku usaha UMKM mengenai kendala dan kekurangan pada UMKM. Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan yaitu pendampingan dalam pembuatan katalog untuk mengenalkan produk UMKM ke khalayak umum menggunakan pemanfaatan digital.

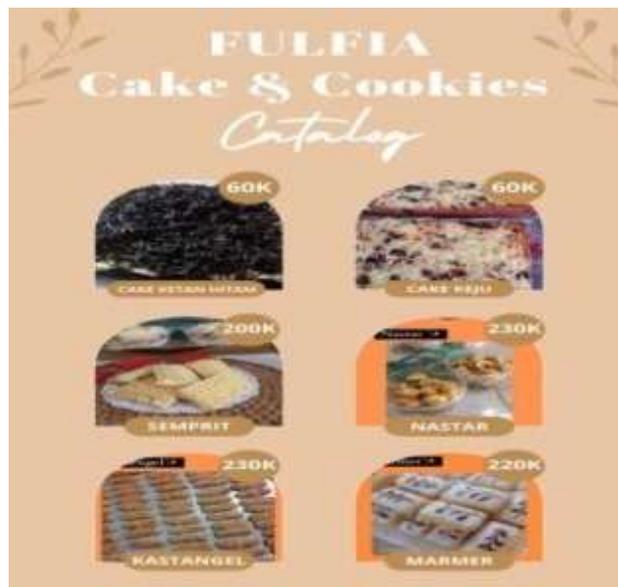
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam program ini, Tim KKN membantu pelaku usaha pada UMKM di Kelurahan Melayu Kota Piring dalam pembuatan katalog dimana nantinya katalog ini akan menjadi objek untuk memasarkan produk pada sosial media. Pembuatan katalog terbaru dilakukan karena hal ini juga dapat memudahkan bagi penjual dan pembeli dalam menawarkan dan membeli produk tersebut.

Pembuatan katalog produk UMKM ini untuk mempermudah konsumen sekaligus pemilik usaha dalam memasarkan produk kerajinan dari UMKM yang ada di Kelurahan Melayu Kota Piring. Sehingga, pada permasalahan sebelumnya, pelaku usaha UMKM tidak perlu repot-repot untuk menunjukkan foto produk satu-persatu dari galeri handphonenya karena dari pembuatan katalog itu sudah tercantum jenis dan harga produk pada UMKM yang dipasarkan.



Gambar 1. Foto bersama Pelaku Usaha UMKM MKP CC dan Tim KKN bersama Produk yang dipasarkan



Gambar 2. Katalog yang dibuat untuk UMKM MKP CC

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan terhadap pelaku usaha UMKM MKP CC menghasilkan berbagai macam e-catalog terbaru dan bentuk packaging yang baru juga. Hal tersebut dapat membantu pelaku usaha UMKM MKP CC untuk memasarkan produknya secara lebih luas dengan menunjukkan keanekaragaman dari e-catalog yang dibuat untuk menarik minat beli konsumen.

SARAN

Saran yang dapat diberikan kepada para pelaku usaha UMKM MKP CC adalah agar dapat terus mengembangkan usahanya dan tidak melupakan apa yang menjadi hal terpenting dalam kegiatan pemasaran terutama pada bidang teknologi. Tim pengabdian juga menyarankan untuk penelitian berikutnya dapat mengembangkannya langkah-langkah dalam strategi pemasaran dibidang teknologi bagi para pelaku usaha UMKM agar dapat mengembangkan usaha dan memasuki dunia pasar secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arimbi, S. M., Nakiyah, N., & Farida, N. (2022). Pengembangan Strategi Pemasaran Umkm Daffa Snack Dan Catering Di Desa Sukodono. 16–17
- Diani, F., & Lubis, F. A. (2022). Analisis Implementasi E-Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Medan dalam Mendukung Kemajuan Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1970–1981.
- Hadi, A. S., & Ardhi Khairi. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Kelompok Ibu Pkk Desa Gadingharjo. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127–132. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i1.3246>
- Helvine Gultom, Paulus Kindangen, G. M. V. K. (2020). Pengaruh Implementasi E-Purchasing, Akses Pasar, dan Persaingan Bisnis Terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 20(04), hal 101.
- Laily, N., & Efendi, D. (2020). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Wanita Wirausaha Batik Jonegoro Di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.20473/jlm.v3i1.2019.43-46>
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Sariningsih, A., Barat, J., & Media, S. (2021). Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kecamatan Citeureup Pendahuluan for License (GAMPIL) bagi UMKM . Salah satu tantangan terbesar untuk menjalankan strategi tersebut pada sektor UMKM yaitu masalah stra. 1(1), 31– 36.