

Pemanfaatan Teknologi Informasi (Marketplace)/Sosial Media untuk Perkembangan UMKM Di Desa Ambarawa Barat dalam Masa Pandemi

Adi Prasetia Nanda^{(1a)*}, Sri Hartati^(1b), Dian^(1c)

⁽¹⁾Jurusan Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Pringsewu, 35373, Indonesia

Email :^(a*) adiprasetyananda.artha@gmail.com, ^(b) srihartati77@gmail.com, ^(c) dianpuspita@gmail.com

ABSTRAK

Pemanfaatan Teknologi Informasi (Marketplace)/Media Sosial untuk Pengembangan UMKM di Desa Ambarawa Barat Selama Masa pandemi. Teknologi Informasi (Marketplace) atau media sosial penting bagi UMKM karena pemanfaatan Teknologi Informasi berperan sebagai solusi untuk membantu perekonomian masyarakat Ambarawa Barat dalam memasarkan produk olahannya. Marketplace merupakan bagian dari kegiatan transaksi E-Commerce, yang diatur dalam berbagai peraturan yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen.

Kata kunci: Ambarawa Barat, Desa, Marketplace, UMKM

ABSTRACT

Utilization of Information Technology (Marketplace) / Social Media for the Development of MSMEs in West Ambarawa Village During the pandemi Period. Information Technology (Marketplace) or social media is important for MSMEs because the use of Information Technology acts as a solution to help the economy of the people of West Ambarawa in marketing their processed products . Marketplace is part of E-Commerce transaction activities, regulated in various regulations contained in Law Number 7 of 2014 concerning Trade, Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions (ITE), as well as the Law on Consumer Protection.

Keywords: West Ambarawa, Village, Marketplace, UMKM

Submit:
08.04.2022

Revised:
10.04.2022

Accepted:
11.04.2022

Available online:
19.05.2022

PENDAHULUAN

Teknologi Informasi (*Marketplace*) atau sosial media penting bagi UMKM karena pemanfaatan Teknologi Informasi berperan sebagai solusi untuk membantu perekonomian masyarakat. Ditengah era pandemi Covid-19. Saat ini yang mengharuskan masyarakat untuk berkembang dalam hal perekonomian untuk menunjang kebutuhan mereka sehari-hari, terutama bagi masyarakat yang memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mereka harus bisa bertahan dalam usaha yang mereka bangun meskipun pandemic. Saat ini mereka harus tetap mempertahankan omset pendapatan dari hasil usaha mereka oleh karena itu tim mengajak pelaku usaha mikro untuk tetap berdagang dan mendapatkan omset dengan cara berdagang di *marketplace*/ sosial media.

Dimasa pandemi ini masyarakat mau tidak mau harus beraktifitas dari rumah, hal ini mengakibatkan omset pedagang tradisional menjadi menurun yang diakibatkan jarangnyanya masyarakat melakukan transaksi jual beli dipasar. Hal ini dilakukan untuk memutus rantai penyebaran Covid-19. Namun dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi (*marketplace*), masyarakat saat ini mulai melakukan transaksi perdagangan jual beli secara online melalui media sosial. Oleh karena itu para pemilik usaha harus pintar dalam membuat strategi pemasaran untuk produknya dengan memanfaatkan sebuah platform marketplace yang ada.

Dengan tujuan agar masyarakat dapat secara bijak di dunia nyata dan di dunia maya. Maka dari itu tim mengambil judul tersebut di karenakan banyak masyarakat desa ambarawa barat khususnya ibu-ibu yang kesulitan dalam memasarkan olahan produk yang di buat. Untuk manfaat dari PKM ini kami berharap agar masyarakat pekon ambarawa barat dapat menggunakan teknologi informasi khususya pada sosial media agar memudahkan pemasaran olahan yang di buat

IDENTIFIKASI MASALAH

Masyarakat Desa Ambarawa Barat dalam memasarkan produk hasil UMKM masih kurang maksimal dimasa pandemi saat ini, oleh sebab itu dengan adanya pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan pelaku UMKM di Desa Ambarawa Barat bisa memasarkan produk mereka lebih luas lagi dengan menggunakan marketplace /sosal media, mengerti pentingnya teknologi untuk pemasaran produk UMKM, dapat meningkatkan omset pendapatan mereka meski disaat pandemi seperti ini.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "*Pemanfaatan Teknologi Informasi (marketplace/ social media) untuk perkembangan UMKM di Desa Ambarawa Barat dalam masa pandemi*" ini dilakukan pada hari kamis tanggal 12 Februari 2022 di Aula pekon Ambarawa Barat, para peserta sudah berkumpul pada pukul 08.00 WIB. Acara dimulai pukul 08.30 dengan dibuka oleh tim PkM STMIK Pringsewu.

Adapun tahapan pelaksanaan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Registrasi Peserta
2. Sambutan Dari Dosen STMIK Pringsewu
3. Penyampaian Materi Oleh Narasumber yaitu Bapak Adi Prasetya Nanda M.T.I, dan juga Ibu Suwarti dari KWT Katini Pekon Ambarawa Barat selaku perwakilan dari kelompok UMKM yang ada di Ambarawa Barat.
4. Tanya Jawab
5. Penutup

Tahap Perencanaan Kegiatan

Adapun tahapan perencanaan yang dilakukan sebagai berikut

- a. Menentukan Tema Kegiatan.
- b. Melakukan Konsultasi Mengenai Tema Kegiatan.
- c. Kordinasi ke pihak Desa Ambarawa Barat Terkait Kegiatan PKM.
- d. Kordinasi ke pihak kampus guna untuk meminta surat permohonan izin sosialisasi ke pihak Desa.
- e. Membuat surat undangan resmi di Desa Ambarawa Barat.

- f. Menentukan anggaran kegiatan yang dibutuhkan.

Tabel metodologi pelaksanaan kegiatan

Berikut ini adalah berisi tentang keterangan jalannya pelaksanaan kegiatan PKM, yang dimana pematerinya atau narasumbernya berasal dari Tim PkM STMIK Pringsewu langsung.

Tabel 1. Metode pelaksanaan kegiatan

No	Materi	Narasumber	Evaluasi	Lokasi Waktu
1	Penyuluhan tentang sosialisasi	Adi Prasetya Nanda, M.T.I	Tanya jawab	1x120 menit
2	Penyuluhan tentang sosialisasi	Ida	Tanya jawab	1x120 menit
3	Penyuluhan tentang pemasaran online	Dita	Tanya Jawab	1x120 menit
4	Kasus tentang KWT (kelompok wanita tani)	Suwarti	Tanya jawab	1x120 menit

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyuluhan Sosialisasi

Sebelum acara inti tim pkm memberikan sambutan terlebih dahulu untuk memperkenalkan anggota tim pkm. Dan memberikan sedikit penyuluhan tentang *marketplace* dan sosial media. PKM ini dilakukan agar bapak/ibu masyarakat Ambarawa Barat khususnya yang memiliki UMKM yang kesulitan dalam memasarkan produknya baik individu maupun kelompok yang ada di Desa Ambarawa Barat. Dengan adanya PKM ini membantu bapak/ibu untuk memasarkan produknya di sosial media seperti *marketplace* dan aplikasi lainnya yang sering di gunakan seperti lazada, shoope, instagram, facebook dan wathsap dan lainnya.



Gambar 1. Sambutan Oleh Tim PKM

Penyuluhan Tentang Pemasaran *Online*

Penyuluhan Pemasaran *online* dilakukan secara langsung dengan memberikan pengarahannya cara pembuatan *marketplace*, sosial media dan juga contoh pengambilan foto produk yang baik secara langsung sembari berinteraksi dengan tanya jawab kepada peserta seminar masyarakat Ambarawa Barat. Hal ini dilakukan bertujuan agar masyarakat Ambarawa Barat bisa memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan produknya dan memberi penghasilan yang menguntungkan. Sosialisasi ini juga melibatkan pihak Kampus dengan dihadiri dosen STMIK Pringsewu. Sehingga dapat membantu proses berjalannya kegiatan ini dengan baik.



Gambar 2. Arahan Dosen Stmik Pringsewu Tentang Pemasaran Online

Kasus tentang KWT (Kelompok Wanita Tani)

KWT Merupakan salah satu yang memiliki UMKM di desa Ambarawa Barat. Kelompok ini mengalami kesulitan dalam memasarkan produksinya. Karena masih menggunakan pemasaran secara tradisional seperti di jual ke pasar- pasar, berkeliling dari rumah ke rumah, ke warung-warung dan sebagainya. Sehingga hasil pendapatannya bisa di bilang kurang. Jadi di sini kami sebagai mahasiswa KKN stimik menawarkan kepada ketua KWT untuk membantu cara pemasaran produksi yang di hasilkan ke sosial media seperti marketplace dan aplikasi lainnya melalui sosial media. Selain mudah, murah, tidak perlu menyediakan toko dan yang terpenting dapat menjangkau semua lapisan masyarakat.



Gambar 3. Contoh Aplikasi Marketplace/Sosial Media Untuk Menjualan Online Dan Ajang Promosi Ke Publik



Gambar 4. Foto Bersama bapak dan Ibu masyarakat Pekon Ambarawa Barat dengan Tim PkM Mahasiswa KKN STMIC Pringsewu dan Dosen STMIC Pringsewu

KESIMPULAN

UMKM merupakan kegiatan hasil rumahan yang dipasarkan untuk mendapatkan omset atau usaha yang dijalankan secara individu atau badan usaha kecil. Penggunaan teknologi informasi atau sosial media dilakukan secara optimal dengan mempersiapkan strategi pemasaran yang bisa dilakukan dengan berbagai macam media sosial. Jadi, dengan adanya pembuatan marketplace dan juga sosial media diharapkan dapat meningkatkan penjualan mereka disaat pandemi covid-19 saat ini. Teknologi Informasi dapat membantu perkembangan UMKM karena informasi lebih cepat, menghemat biaya pemasaran karena dilakukan dengan sosial media serta hemat waktu untuk masyarakat Desa Ambarawa Barat.

REFERENSI

- “Apa Itu UMKM: Pengertian, Kriteria, Dan Contohnya.” <https://money.kompas.com/read/2021/03/26/153202726/apa-itu-umkm-pengertian-kriteria-dan-contohnya?page=all>.
- Mirzan. 2019. “Pemanfaatan Tes STIFIn Sebagai Optimalisasi Gaya Belajar Siswa Di SD Islam Rumah Cerdas Malang.” *Digital Library, UIN Sunan Gung Djati, Bandung* 53(9): 1689–99.
- RI. 2008. “Uu-2008-11 Informasi Dan Transaksi Elektronik.” *Undang-undang* 11: 1–18. [papers3://publication/uuid/8C845E4E-CD67-4476-BB4F-7123C56F0449](https://www.jurisprudence.com/publication/uuid/8C845E4E-CD67-4476-BB4F-7123C56F0449).
- Rizal, Muhammad, Ria Afrianti, and Iman Abdurahman. 2021. “Dampak Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Bagi Pelaku Bisnis Coffe Shop Pada Masa Pandemi Terdampak COVID-19 Di Kabupaten Purwakarta The Impact of the Policy for Implementing Community Activity Restrictions for Coffee Shop Busi.” *Jurnal Inspirasi* 12(1): 97–105.
- “SEJARAH PEKON AMBARAWA BARAT.”
- Sundawati, Nur. 2018. “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Dan Motivasi Siswa.” *Universitas Pasundan* 110(9): 1689–99.

<http://repository.unpas.ac.id/40202/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/40202/5/8>. BAB II.pdf.

Waziana, Winia, Ricco Herdiyan Saputra, and Jimi Ali Baba. 2021. "Pendampingan Pemasaran Produk Home Industri Melalui Facebook Marketplace Bagi Pelaku Umkm." 2(2): 39–44.