

IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING UNTUK ANGGOTA KADIN KOTA BANDUNG (PELATIHAN ENTERPRISE RESOURCE PLANNING DAN PEMANFAATAN APLIKASI OPENSOURCE)

R. Wahjoe Witjaksono^{1*}, Warih Puspitasari², Muhardi Saputra³

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

*E-mail: wahyuwicaksono@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kemajuan Teknologi Informasi semakin cepat dan ringkas, Smartphone yang merupakan gadget yang banyak digunakan oleh Sebagian besar lapisan masyarakat semakin mempercepat akses informasi melalui media digital, hal ini mendorong semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan smartphone untuk pemasaran dan berkomunikasi melalui jalur internet. Digital Marketing adalah media pemasaran yang menggunakan teknologi informasi, dengan memanfaatkan media digital seperti internet, smartphone, PC, email, sosial media dan sejenisnya untuk menjangkau konsumen. Karena bisa beroperasi 24 jam dan menjangkau seluruh dunia melalui jaringan internet, media pemasaran ini semakin diminati oleh penjual dan konsumen. Pengusaha baik itu pengusaha besar atau kecil mulai banyak yang memanfaatkan digital marketing sebagai sarana untuk menjual produknya. Dengan semakin berkembangnya digital marketing, untuk itu program studi sarjana sistem informasi menyelenggarakan Pengabdian masyarakat dengan tema implementasi digital marketing yang bekerjasama dengan Kadin kota Bandung. Kegiatan ini adalah kelanjutan dari pelatihan-pelatihan sebelumnya dan merupakan bagian dari pelatihan *Enterprise Resource Planning (ERP)*. Pelatihan yang dilakukan kali ini adalah melatih UMKM yang sudah siap Go Digital untuk mengimplementasikan Digital Marketing yang diselenggarakan tanggal 17 November 2022 di Kadin kota Bandung Jalan Talagabodas no. 31 Bandung. Pelatihan Digital marketing ini ditujukan kepada UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung agar bisa mengimplementasikan digital marketing ini, sehingga berdampak kepada meningkatnya omzet penjualan dan pelanggan yang pada akhirnya bisa memberikan nilai keuntungan secara terus-menerus bagi UMKM.

Kata Kunci: *Enterprise Resource Planning, ERP, Kadin, Digital Marketing, UMKM Go Digital*

1. Pendahuluan

Berdasarkan Undang Undang Nomor 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri, menyatakan bahwa seluruh pengusaha Indonesia baik itu di bidang usaha swasta, negara, dan koperasi secara bersama-sama membentuk organisasi Kamar Dagang dan Industri. Organisasi ini merupakan tempat untuk komunikasi pembinaan, representasi, konsultasi, informasi fasilitasi dan advokasi pengusaha Indonesia, sehingga bisa mewujudkan dunia usaha Indonesia yang kuat dan berdaya saing tinggi. KADIN berkewajiban membina anggotanya agar bisa berkembang dan memajukan usahanya sehingga bisa keinginan menuju ekonomi Indonesia yang tangguh dan berkeadilan bisa terwujud.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Indonesia telah berkembang dengan pesat dan menjadi *enabler* baik bagi organisasi pemerintah maupun swasta. Kemampuan dalam memberikan dan mendistribusikan informasi secara cepat, tepat dan akurat yang dipunyai oleh TIK membuat mau tidak mau para pengambil keputusan di organisasi harus mengimplementasikannya dalam proses bisnis sehingga semua yang terlibat di dalamnya

harus bisa memanfaatkan dengan baik. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menambah kemampuan SDM di bidang Teknologi Informasi atau digital.

Enterprise Resource Planning atau ERP adalah perangkat lunak yang mengintegrasikan dan mengkoordinasikan informasi bisnis di perusahaan database yang digunakan oleh sistem ERP bersifat tunggal dan dapat diakses oleh yang membutuhkan dalam proses bisnisnya, sehingga tidak terdapat duplikasi data dan informasi serta data dan informasi dapat termonitor dengan baik. Integrasi antar departemen atau divisi akan mempercepat pekerjaan dan membuat pekerjaan lebih efektif dan efisien meskipun dilakukan dalam satu departemen atau antar departemen (Pratama et al., 2016).

Digital Marketing adalah media pemasaran yang menggunakan teknologi informasi, dengan memanfaatkan media digital seperti internet, smartphone, PC, email, sosial media dan sejenisnya untuk menjangkau konsumen. Saat ini digital marketing adalah salah satu media pemasaran yang banyak diminati oleh masyarakat. Dengan menggunakan digital marketing kebutuhan transaksi terus menerus selama 24 jam

dan real time serta menjangkau seluruh belahan dunia yang terhubung dengan internet dapat dilakukan. Hal ini menyebabkan model pemasaran konvensional atau tradisional sedikit demi sedikit mulai ditinggalkan dan mulai beralih ke pemasaran berbasis digital marketing.

Meningkatnya jumlah pengguna sosial media, dan semakin menjamurnya aplikasi-aplikasi sosial media berbasis chat dan video seperti tik tok, facebook, youtube dan yang sejenisnya yang digemari oleh semua lapisan masyarakat, membuka peluang bagi pengusaha terutama UMKM untuk mengembangkan pasarnya hanya dengan menggunakan smartphone (Ratna Gumilang, 2019).

Strategi dan implementasi Digital Marketing merupakan bagian dari ERP dan menjadi hal yang harus dipahami terutama untuk memahami proses bisnis ERP modul *Sales*, *Distribution* dan *Marketing*. Sehingga menjadi sesuatu hal yang sangat penting bagi pengusaha UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung karena dengan diselenggarakan pelatihan ini, para pengusaha bisa memanfaatkan teknologi informasi sebagai salah satu hal yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan melalui teknologi informasi.

Pelatihan *digital marketing* ini akan disampaikan oleh tim dari Program Studi Sistem Informasi Universitas Telkom dengan peserta dari UMKM dengan bermacam-macam usaha dengan latar belakang dan pendidikan yang berbeda. Tentu saja hal dibutuhkan pemahaman yang seragam tentang apa dan bagaimana digital marketing itu dan bagaimana caranya agar bisa diterapkan di perusahaan, serta bagaimana penguasaan tools yang agar bisa membantu dalam mengelola dan mengontrol pelaksanaan berbagai aktivitas yang dilakukan dalam implementasi *digital marketing* yang nantinya akan menjadi bagian yang penting dalam penerapan ERP di modul *Sales & Distribution*.

KADIN kota Bandung sebagai mitra pelatihan merupakan lembaga yang sangat aktif dalam pelaksanaan pengembangan perusahaan Kecil dan Menengah di kota Bandung. Sehingga KADIN bisa mendorong anggotanya untuk mempunyai pengetahuan tentang *digital marketing* dan implementasinya secara umum dan strategi digital marketing khususnya, serta perlu pula menguasai *tools* teknologi informasi atau berbasis digital yang dapat membantu meningkatkan penjualan dengan mudah.

Alasan tersebut yang menjadi landasan dari tim Pengabdian Masyarakat Lab ERP Program studi Sistem Informasi Universitas Telkom untuk berbagi pengalaman dalam implementasi digital marketing kepada UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung, agar peserta bisa ikut merasakan manfaat dari implementasi *Digital*

Marketing ditengah semakin meningkatnya penggunaan media digital di masyarakat.

Dengan diadakan pengabdian masyarakat berupa pelatihan ini diharapkan bisa berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung tentang Digital Marketing, cara implementasinya, dan cara menggunakan tools atau aplikasi yang bisa digunakan untuk implementasi digital marketing.

Kegiatan ini diharapkan bisa memberi beberapa manfaat kepada peserta seperti memberikan pemahaman yang sama tentang digital marketing, meningkatkan skill atau keahlian dalam memanfaatkan aplikasi digital marketing dan menciptakan hubungan yang erat dan berkelanjutan antara Universitas Telkom, Kadin kota Bandung dan peserta pelatihan yang terdiri dari UMKM anggota KADIN kota Bandung.

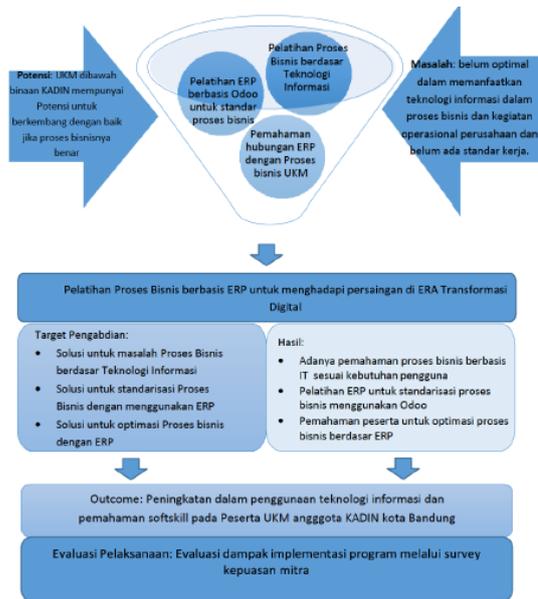
2. Metodologi

Agar tepat dengan sasaran yang ingin dicapai maka Pelatihan ERP yang akan dilakukan adalah pelatihan yang harus mengetahui kondisi mitra sesungguhnya seperti apa. Dalam pengembangan pelatihan Digital Marketing pada anggota KADIN kota Bandung nantinya akan terdiri dari:

- Analisa gap analisis antara kebutuhan user dan proses bisnis existing
- Perancangan proses bisnis usulan
- Model pelatihan yang akan dilaksanakan
- Membantu Implementasi proses bisnis yang akan digunakan dengan memanfaatkan Teknologi Informasi.

Sesuai dengan kebutuhan mitra KADIN Kota Bandung, penggunaan *Digital Marketing* menjadi pilihan terbaik dalam Pelatihan implementasi sistem Digital Marketing untuk pengabdian masyarakat. Karena yang berfokus pada pemanfaatan teknologi informasi untuk kebutuhan pemasaran produk UMKM. Yang nantinya *Digital marketing* ini akan menjadi satu kesatuan dengan sistem ERP yang terintegrasi.

KADIN kota Bandung dalam kegiatan ini berpartisipasi dalam menyiapkan ruangan pelatihan, berkoordinasi dengan peserta binaan, menjadi hub yang menghubungkan Universitas Telkom dengan pengusaha selama pembinaan mulai dari pelatihan samapai dengan pendampingan hingga program pengabdian masyarakat ini dinyatakan selesai. Kedepannya pihak mitra akan menyiapkan dan melakukan training kepada user yang akan menggunakan aplikasi ini, dan melaporkan penggunaan aplikasi yang sudah dibuat secara berkala.



Gambar 1. Metodologi Pelaksanaan

Potensi UMKM/UKM dibawah binaan Kadin Kota Bandung mempunyai potensi untuk berkembang dengan baik jika proses bisnisnya benar. Masalahnya UKM tersebut belum memanfaatkan teknologi informasi dalam proses bisnis dan kegiatan operasional perusahaan dan belum ada standar kerja. Untuk itu maka UKM perlu diberikan:

1. Pelatihan proses bisnis berdasar teknologi informasi.
2. Pelatihan ERP berbasis Odoo, karena odoo adalah aplikasi ERP yang murah dan bagus, untuk standar proses bisnis.
3. Pemahaman hubungan ERP dengan proses bisnis UKM.

Sehingga pelatihan proses bisnis berbasis ERP untuk menghadapi persaingan era transformasi digital ini bisa mewujudkan target Pengabdian masyarakat seperti:

1. Solusi untuk masalah proses bisnis berdasarkan teknologi informasi
2. Solusi untuk standarisasi proses bisnis dengan menggunakan ERP
3. Solusi untuk optimasi proses bisnis dengan ERP

Sehingga dari pengabdian masyarakat ini akan dihasilkan

1. Adanya pemahaman proses bisnis berbasis IT sesuai kebutuhan pengguna
2. Pelatihan ERP untuk standarisasi proses bisnis menggunakan odoo
3. Pemahaman peserta untuk optimasi proses bisnis berdasar ERP

Outcome yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan dalam penggunaan teknologi informasi dan pemahaman softskill pada peserta UMKM anggota Kadin kota Bandung.

Setelah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat perlu dilakukan evaluasi pelaksanaan dengan cara melakukan evaluasi dampak implementasi program pengabdian masyarakat melalui survey kepuasan mitra.

4. Hasil dan Pembahasan

Masyarakat sasar dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung. BPPKU sendiri adalah Badan Promosi dan Pengelola Keterkaitan Usaha, salah satu Lembaga di bawah Kadin Kota Bandung yang selalu melakukan pembinaan, pendampingan dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah anggotanya dengan konsisten.

Pendirian BPPKU sangat bertujuan sangat strategis dan potensial dalam meningkatkan kualitas UKM untuk disiapkan menjadi UKM yang handal dan siap berkembang dengan memperkuat jiwa kewirausahaan dan kemampuan manajerial, kemudian membangun komunitas serta jaringan UKM sehingga UKM menjadi kuat bisa lebih mandiri dan berkembang. Disamping itu dengan berkembangnya UKM maka akan terbukalah lapangan kerja baru sehingga bisa meningkatkan kemampuan beli masyarakat sekitar dan ini juga akan bisa menambah omzet usaha dan bisa mengembangkan ekonomi wilayah tersebut.

BPPKU juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas manajemen dari usaha kecil sehingga usaha kecil bisa membuat rencana usaha dan system pelaporan, hal ini tentu saja akan membantu percepatan menuju UKM mandiri.

UKM/UMKM binaan BPPKU adalah UKM-UKM yang baru dalam tahap pengembangan usaha, calon pengusaha, pengusaha baru, atau UKM yang sudah berjalan dengan baik dan sedang dalam penguatan usaha.

Target ini sangat sesuai dengan pelatihan ini, yaitu ikut menumbuhkembangkan UMKM agar melek digital. Sehingga anggota Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung dipilih sebagai mitra pelatihan. Pelatihan *digital marketing* dengan topik *implementasi digital marketing* ini dilaksanakan di Graha KADIN Kota Bandung Jalan Talagabodas no. 31 Kota Bandung.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 17 November 2022. Sebelum diadakan pelatihan pihak pelaksana yang terdiri dari 3 dosen dan mahasiswa mengadakan pertemuan dengan pihak Kadin dalam hal ini BPPKU untuk melihat pelatihan apa yang sesuai dan peserta yang cocok untuk mengikuti pelatihan, kemudian ditentukan target yaitu 20 peserta dan maksimum adalah 25 peserta.

Pihak Kadin akan menyebarkan undangan, menyediakan ruangan, dan membantu operasional pelaksanaan pelatihan, sedangkan pihak Universitas Telkom menyiapkan materi pelatihan,

sebagai pembicara utama dan menyiapkan semua keperluan anggaran untuk operasional pelatihan.

Target peserta adalah 20 UMKM, dari 27 yang diundang, jumlah peserta yang hadir sebanyak 20 orang, Setiap peserta wajib membawa produk yang nantinya akan didemokan untuk dibuat brandnya dan konten videonya. karena masih pandemi covid-19 dan pelaksanaannya dilakukan offline di kantor KADIN Kota Bandung, maka pelaksanaan pelatihan ini dibatasi jumlah pesertanya dan waktunya serta dilakukan dengan protokol kesehatan yang berlaku sehingga kegiatan ini meski terbilang sukses tetapi kurang maksimal dari sisi peserta.

Pelatihan implementasi digital marketing yang merupakan program pengabdian masyarakat idealnya dilakukan selama 2 hari dan dibagi menjadi 2 tahap. Tahap pertama yang disampaikan di hari pertama merupakan teori dan pemahaman Digital marketing dan aplikasi Digital Marketing dan tahap kedua berupa implementasi aplikasi Digital Marketing, untuk hari kedua akan dilakukan pendampingan ke peserta pelatihan yang berminat untuk implementasi digital marketing dan pendampingan ini rencananya akan terus dilakukan setelah pelatihan berlangsung sampai masyarakat sasaran paham dan bisa melakukan semua tahapan dengan benar.

Kegiatan Acara yang direncanakan adalah sebagai berikut:

1. Registrasi ulang
2. Upacara Pembukaan Kegiatan
3. Strategi Branding
4. Strategi Kemasan
5. Konsep QRIS
6. Canva dan Implementasinya untuk Branding
7. TikTok dan Implementasi Digital Marketing
8. Merancang dan membuat Materi Digital Marketing
9. Penutupan

Acara dibuka oleh ketua Kadin Kota Bandung Pak Iwa Gartiwa, beliau mengharapkan kerjasama dengan Telkom University tidak berhenti di sekedar pelatihan saja tetapi juga dilakukan pendampingan dan implementasi digital marketing di lingkungan UKM sehingga bisa mengangkat UKM di kota Bandung dengan memanfaatkan teknologi informasi. Ketua Kadin juga memberikan motivasi berbisnis dan strategi pemasaran bagi UKM dengan selalu mengikuti kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh Kadin yang bekerjasama dengan pihak lain termasuk dengan Universitas Telkom.

Setelah pembukaan maka dilakukan pemamparan materi. Seharusnya dari Kadin Kota Bandung ada 1 sesi pemaparan materi yaitu Strategi Branding, namun karena pembicaranya berhalangan hadir, akhirnya materi ini dibawa

oleh pihak Universitas Telkom dan disatukan dengan judul Strategi Branding dan Kemasan.

Karena kondisi kota Bandung masih rawan Covid-19, meskipun sudah agak mereda, namun protocol Kesehatan masih diberlakukan dan kegiatan yang rencananya adalah 2 hari dipersingkat menjadi 1 hari. Dari 9 agenda acara yang direncanakan akhirnya dipangkas menjadi beberapa saja yang penting dan paling sesuai dengan kondisi peserta UMKM yaitu:

1. Registrasi ulang
2. Upacara Pembukaan Kegiatan
3. Strategi Branding dan Kemasan
4. Konsep QRIS
5. Merancang dan membuat Materi Digital Marketing
6. Penutupan

Merancang dan membuat materi Digital marketing merupakan demo membuat konten digital marketing menggunakan canva dan upload produk yang dijual dengan menggunakan IG dan Tiktok yang dilakukan oleh dosen dan dibantu oleh mahasiswa system Informasi.

Setiap sesi presentasi berakhir diberikan waktu untuk diskusi dan tanya jawab antara tim pengabdian masyarakat dan peserta, hal ini bisa lebih memperdalam pemahaman peserta dan bisa mengetahui masalah-masalah yang muncul dari peserta.

Untuk mendapatkan feedback dari kegiatan ini maka tim pengmas meminta para peserta untuk mengisi kuesioner dan sebagai bonusnya diberikan souvenir berupa tumbler.

Penyerahan semacam plakat kerjasama antara Universitas Telkom dan Kadin Kota Bandung dan kemudian dilanjutkan dengan foto bersama dengan tetap menjaga protokol kesehatan dan maka berakhirlah acara pengabdian masyarakat dengan tema "Implementasi Digital Marketing Untuk Anggota Kadin Kota Bandung (Pelatihan Enterprise Resource Planning Dan Pemanfaatan Aplikasi Opensource)". Kegiatan selanjutnya adalah menjalin kerjasama jangka panjang dengan peserta pelatihan melalui pembinaan implementasi Digital marketing, dan berikutnya adalah pelatihan pemanfaatan digital marketing untuk menembus pasar yang sudah berbasis digital.



Gambar 2. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Feedback kegiatan

Setelah dilakukan pelaksanaan kegiatan, maka Disebarlah kuesioner dengan butir-butir penilaian seperti yang terlihat di Tabel 1.

Tabel 1. Feedback Peserta Pelatihan

No	Feedback	Kode
1	Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri	Q1
2	Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran	Q2
3	Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini relative telah mencukupi sesuai	Q3
4	Dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama	Q4
5	Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan program pengabdian masyarakat Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang	Q5

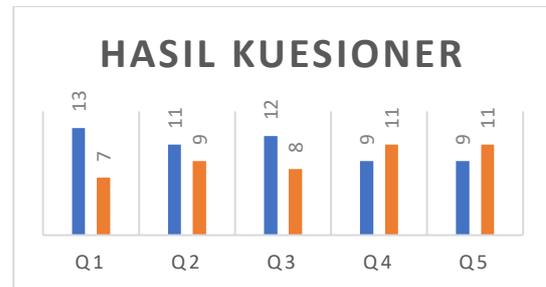
Dari hasil kuesioner yang disebarakan ke peserta, didapatlah feedback dari 20 peserta yang mengisi dan mengembalikan feedback tersebut, dengan hasil seperti gambar 3. Dari hasil kuesioner terlihat bahwa:

1. Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri 13 setuju 7 sangat Setuju
2. Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran 11 setuju 9 sangat setuju
3. Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini telah mencukupi sesuai kebutuhan 12 setuju 8 sangat setuju
4. Dosen dan mahasiswa universitas tekem bersikap ramah, cept, dan tanggap membantu selama kegiatan 9 setuju 11 sangat setuju

6. Referensi

Pratama, D., Witjaksono, W., & Ambarsari, N. (2016). Penerapan Sistem Informasi Berbasis Enterprise Resource Planning Menggunakan SAP Modul Plant Maintenance di PT. Len Industri. *Sisfo*, 06(01), 37–50.

5. Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan program pengabdian masyarakat universitas Telkom saat ini dan di masa mendatang 9 setuju dan 11 sangat setuju



Gambar 3. Hasil Kuesioner

Dari hasil kuesioner terlihat bahwa masyarakat sasar bisa menerima kegiatan ini, hanya butir Q1-Q3 perlu ditingkatkan lagi agar hasilnya lebih banyak yang sangat setuju, sedangkan butir Q4-Q5 sebagian besar masyarakat sasar puas dengan program pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Universitas Telkom.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari Dosen dan mahasiswa program studi Sistem Informasi Universitas Telkom telah mengenalkan Program studi Sistem informasi Universitas Telkom dan kegiatan kegiatan yang dilakukan kepada masyarakat luas, memberikan wawasan bagi UMKM anggota Kadin kota Bandung tentang implementasi digital marketing, dengan materi strategi branding dan kemasan berbasis digital, QRIS, dan demo implementasi pembuatan konten dengan canva dan mengupload lewat Instagram dan TikTok, sebagai bagian dari pengembangan ERP.

Hasil yang diperoleh adalah mitra masyarakat sasar sangat puas dengan pelaksanaan pengabdian masyarakat dibuktikan dengan hasil kuesioner yang sebagian besar sangat setuju dan setuju, namun masih perlu dilakukan pendampingan dalam mengimplementasikan digital marketing dan ERP.

Akhirnya masih perlunya diadakan pelatihan dan pembinaan secara berkesinambungan di bidang teknologi informasi untuk menuju UMKM Go Digital.

<https://doi.org/10.24089/j.sisfo.2016.09.003>
 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>