

PENINGKATAN KINERJA KIOS MASYARAKAT (KIMASY) DI KALURAHAN JAGALAN DENGAN MEMANFAATKAN TEKNOLOGI DIGITAL

Widodo

Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: widodo@umy.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 memiliki dampak yang sangat besar terutama bidang ekonomi termasuk yang terjadi pada UMKM di Kalurahan Jagalan. Permasalahan yang dihadapi oleh KIMASY adalah menurunnya omzet penjualan sebagai akibat situasi pandemi Covid-19. Penyelesaian yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan ini adalah dengan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Dengan peningkatan kemampuan ini pelaku UMKM akan mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang muncul dalam memasarkan produk UMKM pada pasar digital yang lebih terbuka luas. Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan sosialisasi pasar digital, pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran, dan pelatihan dan pendampingan pembuatan konten informasi pada pasar online. Pengabdian dilakukan oleh mahasiswa KKN mulai tanggal 26 Januari sampai 15 Pebruari 2021. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelaku UMKM antusias untuk mengikuti pelatihan pemasaran online dan mencoba menerapkan untuk memasarkan produk mereka.

Kata Kunci: Jagalan; kuliner; Covid-19; digital

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang sedang berlangsung hampir di seluruh dunia memberikan dampak yang luar biasa terhadap keberlangsungan hidup masyarakat. Tidak hanya sektor Kesehatan tetapi sektor ekonomi dan organisasi kemasyarakatan bagian (pariwisata) juga ikut lumpuh akibat pandemi Covid-19, salah satu negara yang terdampak yaitu Indonesia. Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia memiliki dampak yang sangat besar terutama bidang ekonomi dan organisasi kemasyarakatan. Akibatnya banyak jenis usaha yang mengalami kerugian, seperti yang terjadi pada UMKM dan organisasi kemasyarakatan, di Kalurahan Jagalan. Banyak UMKM di Kalurahan Jagalan yang terkena dampak Covid-19, seperti usaha kuliner serta Organisasi sosial masyarakat.

Kalurahan Jagalan terkenal dengan kerajinan perak yang mendunia, disamping itu Kalurahan Jagalan memiliki potensi di bidang kuliner yang belum diketahui oleh banyak orang. Awal berdirinya KIMASY yang dibentuk oleh kalurahan dan dikelola oleh Bapak Toni dan Ibu Ratna berawal dari inisiatif kelurahan yang melihat banyak potensi warga dibidang kuliner dan mereka terkendala oleh minimnya lokasi berjualan yang ada di kalurahan tersebut.

8

Selain itu juga masih kurang luasnya pangsa pasar selain masyarakat sekitar. Hal ini dikarenakan kurangnya metode marketing sehingga berdampak pada minimnya penjualan. KIMASY sendiri masih terbilang baru dan baru dibentuk pada tanggal 24 November tahun 2020. Adapun kendala dari KIMASY yaitu keterbatasan area parkir yang jauh dari kios dan kurangnya media pemasaran yang dilakukan menjadi salah satu masalah yang masih belum terselesaikan. Sementara target dari KIMASY sendiri yaitu mengumpulkan sebanyak 32 umkm dan baru terealisasi kepada 28 UMKM.

Permasalahan yang dihadapi oleh KIMASY adalah menurunnya omzet penjualan sebagai akibat situasi pandemi Covid-19. Berbagai potensi yang dimiliki oleh KIMASY adalah berlokasi di daerah perkotaan yang sebagian masyarakatnya masih mempunyai daya beli yang mencukupi. Selain itu, Jagalan terletak di daerah pusat perbelanjaan aneka makanan tradisional di Kotagede. Hampir semua anggota KIMASY telah akrab dengan pemanfaatan telepon pintar dan telah terbiasa bekerja sama dengan pihak ketiga.

Permasalahan penurunan omzet yang dialami oleh UMKM yang tergabung dalam KIMASY Kelurahan Jagalan akan diselesaikan dengan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Dengan peningkatan kemampuan ini pelaku UMKM akan mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang muncul dalam memasarkan produk UMKM pada pasar digital yang lebih terbuka luas.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan yaitu penyuluhan secara lisan dan pelatihan. Untuk penyuluhan secara lisan dilakukan dengan menjelaskan kepada pihak terkait tentang program yang ingin dijalankan, apakah ada yang merasa keberatan atau tidak, dan adakah hambatannya atau tidak, apabila ada maka akan dicari solusinya. Lalu untuk pelatihan disini warga akan dibimbing bagaimana menggunakan teknologi untuk mengembangkan usaha mereka. Dengan menggunakan metode ini diharapkan seluruh warga bisa mengikuti semua kegiatan agar bisa berjalan lancar.

Metode pelaksanaan pada program ini menggunakan metode sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Sosialisasi merupakan proses menyampaikan informasi dan memperkenalkan sebuah sistem pada seseorang atau lebih. Sosialisasi dilakukan agar mitra-mitra kelompok KKN Reguler IT 147 agar UMKM dapat mengandalkan ide, kreatifitas, keterampilan serta bakat individu yang dimiliki melalui sosialisasi ini. Metode sosialisasi ini diterapkan pada program perluasan pasar.

Pelatihan adalah proses mengajar keterampilan yang dibutuhkan oleh mitra UMKM agar memiliki keahlian khusus yang nantinya akan bermanfaat. Pelatihan sebagai bagian dari pendidikan yang mengandung proses belajar untuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan, waktu yang relatif singkat dan metode yang lebih mengutamakan praktek daripada teori. Pelatihan ini bertujuan untuk mendapatkan sumber daya manusia yang mampu melakukan pekerjaan yang nantinya ditugaskan kepada mereka, serta meningkatkan produktivitas agar mendapatkan hasil yang maksimal. Metode ini digunakan pada program pelatihan pembuatan konten.

Pendampingan merupakan upaya kita untuk mendampingi dan mengembangkan potensi yang telah dimiliki oleh mitra. Pendamping disini berperan sebagai fasilitator, komunikator, motivator, dan dinamisator. Metode ini diterapkan untuk seluruh program KKN Reguler IT 147.

HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN

Perluasan pasar mencakup pada pemasaran online dan offline adalah praktik memanfaatkan saluran berbasis web untuk menyebarkan pesan tentang merek, produk, atau layanan perusahaan kepada calon pelanggannya. Metode dan teknik yang digunakan untuk pemasaran online termasuk email, media sosial, periklanan tampilan, optimisasi mesin pencari, dan banyak lagi. Tujuan pemasaran adalah untuk menjangkau calon pelanggan melalui saluran di mana mereka menghabiskan waktu untuk membaca, mencari, berbelanja, atau bersosialisasi secara online.

Adopsi Internet yang meluas untuk bisnis dan penggunaan pribadi telah menghasilkan banyak saluran baru untuk keterlibatan periklanan dan pemasaran, termasuk yang disebutkan di atas. Ada juga banyak manfaat dan tantangan yang melekat pada pemasaran online, yang menggunakan media digital terutama untuk menarik, melibatkan, dan mengkonversi pengunjung virtual ke pelanggan.

Kegiatan ini kami laksanakan diawali dengan menyelenggarakan seminar online dengan tema “sosialisasi digital marketing” yang pemateri nya dari salah satu dosen prodi ekonomi syariah fakultas agama islam umy, yaitu bapak syarif as’ad, S,El.,MSI. Yang dimana beliau memang background keilmuan nya dari bidang ekonomi pemasaran. Dilanjutkan setelah itu kami dari kelompok kkn 147 melaksanakan program tambahan dari kelompok kami yaitu dengan membuat akun media social mitra yaitu akun instagram, yang dimana di akun tersebut telah ditampilkan mengenai mitra yang kami damping dari social media tersebut kimasy jagalan dapat menyebarkan konten kios dan juga poster online mereka di setiap harinya untuk nantinya menyerap konsumen yang lebih luas lagi dengan memanfaatkan teknologi pada saat ini.

Tanggapan masyarakat atau mitra yang kami damping sangat memberikan semangat yang lebih bagi kami dikarenakan respon mereka memberikan apresiasi dan juga situasi nya pas, yaitu kimasy sendiri belum memiliki akun resmi sendiri untuk memasarkan produk ke pasar yang lebih luas lagi diharapkan dengan program ini nantinya mitra yang kami damping yaitu kimasy dapat memanfaatkan dan menambah alternatif pemasaran untuk memajukan kios masyarakat jagalan.

Kegiatan pemasaran online memang sangat penting, namun pemasaran offline juga tak kalah penting bagi pelaku UMKM yang baru merintis maupun sudah lama berdiri untuk menjaga kestabilan penjualan dan bahkan dapat menaikkan penjualan. Dengan naiknya persentase penjualan juga tentu dapat berpengaruh terhadap omset yang didapatkan. Pemasaran offline yang dilakukan salah satunya yakni penyebaran brosur kepada warga sekitar maupun pengendara yang berada disekitar lokasi Mitra. Kegiatan ini telah disosialisasikan kepada pengelola KIMASY untuk mendapatkan informasi nomor yang akan di masukkan di dalam brosur serta persetujuan pengelola KIMASY.

Brosur yang akan disebar telah dicetak sesuai keinginan pengurus KIMASY dan menggunakan foto produk yang telah dilakukan pada proker digital marketing. Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara menyebarkan brosur kepada orang yang lewat di sekitar mitra dan di perempatan lampu merah terdekat dengan kalurahan Jagalan serta lokasi-lokasi sekitar yang memungkinkan lainnya seperti masjid dan pasar. Kegiatan ini dilaksanakan pada 13 Februari 2021 pada pukul 15:30-17:15 WIB.

Mitra UMKM mengapresiasi kegiatan ini karena dapat membantu perluasan pangsa pasar dengan target warga umum sekitar yang barangkali tidak dapat melihat promosi tersebut melalui media social KIMASY dikarenakan entah keterbatasan ilmu ataupun media seperti smartphone. Para penerima brosur juga ada beberapa yang langsung terlihat tertarik dengan produk yang di tawarkan dalam brosur tersebut.

Sebelum pelaksanaan kegiatan Seminar Optimalisasi Digital Marketing kami Kelompok KKN IT 147 bersinergi dengan Kalurahan Jagalan untuk merealisasikan kegiatan ini dengan berkontribusi untuk meminjamkan meeting room Kalurahan untuk menjadi tempat seminar ini di laksanakan. Kalurahan pun menyampaikan harapanya setelah di selenggarakan Seminar Optimalisasi Digital Marketinng yang di anggap sangat penting di masa pandemi bagi masyarakat desa Jagalan (terutama penjual di KIMASY). Pengisi acara seminar ini adalah Syarif As'ad, S.El., MSI selaku Dosen Fakultas Ekonomi yang memang ahli dalam pemasaran secara digital Seminar ini di adakan pada hari Kamis, 28 Januari 2021.

Isi materi dari Seminar Optimalisasi Digital Marketing ini adalah car acara yang dapat di lakukan masyarakat untuk mengembangkan produk dagang mereka di masa pandemi ini melalui sosial media. Pemateri juga menjelaskan bahwa dengan menggunakan Digital Marketing sistem pemasarannya menjadi lebih efisien serta jika dapat memaksimalkan Digital Marketing dengan baik maka kenutungan dari produk dapat menghasilkan keuntungan yang lebih banyak dibandingkan dengan penjualan secara langsung.

Tanggapan dan antusias masyarakt dengan di selenggarakan acara ini sangatlah baik, mereka mengatakan bahawa ini pertama kalinya mereka mendapatakn penyuluhan seperti ini dan di nilai sangat membantu terutama ibu ibu PKK yang mengelola KIMASY Jagalan. Tujuan di selenggarakan Seminar ini adalah agar perekonomian masyarakat dapat terus produktif dan berkembang khususnya di masa pandemi dimana yang telah kita ketahui memberikan dampak yang cukup besar dalam bidang perekonomian terlebih dalam ranah usaha kecil menengah yang terkena dampak paling besar, Sehingga kami selaku Kelompok KKN IT 147 yang di tugaskan di desa Jagalan ini berharap dengan adanya Seminar Optimalisasi Digital Marketing ini masyarakat terutama UKM dapat berdiri kembali dengan menggunakan strategi marketing baru.

Hasil-hasil tersebut sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi. Menurut Suharto (2005), pendekatan pemberdayaan harus bersifat partisipatoris, berbasis potensi lokal, dan menjawab kebutuhan riil masyarakat. Dalam konteks ini, pelatihan digital marketing menjadi sarana untuk meningkatkan capacity building dan daya saing UMKM. Selain itu, studi oleh Rahayu dan Day (2017) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital pada UMKM berkontribusi signifikan terhadap peningkatan produktivitas dan akses pasar, terutama di masa disrupsi seperti pandemi.

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan sosialisasi pasar digital, pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran, dan pelatihan dan pendampingan pembuatan konten informasi pada pasar online. Pengabdian dilakukan oleh mahasiswa KKN mulai tanggal 26 Januari sampai 15 Pebruari 2021. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelaku UMKM antusias untuk mengikuti pelatihan pemasaran online dan mencoba menerapkan untuk memasarkan produk mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Rahayu, R., & Day, J. (2017). *Determinants of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 142–150. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.423>
- Rozaki, Z., Widodo, & Muhammad Fauzan. (2020). Pengembangan Objek Wisata “CIMA HILL VIEW” di Desa Terong, Kabupaten Bantul. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i1.4347>
- Suharto, E. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Widodo, W., Kamardiani, D., & Aini, L. (2016). Kewirausahaan Jamur Tiram Di Pondok Pesantren. *Berdikari: Jurnal Inovasi dan Penerapan Ipteks*, 4(1), 23-30. doi:<https://doi.org/10.18196/bdr.413>