JAGRI
JURNAL ABMAS NEGERI

Vol. 5, No. 2, Desember 2024, pp 352-359
Crossref https://doi.org/10.36590/jagri.v5i3.1299
http://salnesia.id/index.php/jagri
jagri@salnesia.id, e-ISSN: 2746-802X
Penerbit: Sarana Ilmu Indonesia (salnesia)

ARTIKEL PENGABDIAN

Aplikasi UMKM sebagai Strategi Pemasaran Media Promosi Produk Lokal di Kota Dumai

UMKM Application as a Marketing Strategy for Local Product Promotion Media in Dumai City

Fitri Pratiwi[1*], Sukri Adriano[2], Lis Hafrida[3], Pulla Pandika Widodo[4]
[1,2,3,4] Program Studi Sistem Informasi, Universitas Dumai, Dumai, Riau

Abstract

In the current digitalization era, it is sophisticated and has advances in technology and a human mindset that is also developing. This also extends to the business sector which creates fierce competition, competitors are competing to provide the best products to be successful in the business field. The industrial chamber of commerce or commonly known as KADIN is a business organization in which there are Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). MSMEs are still an alternative economic driver that is quite effective in producing products or services that the community needs. Promotion and marketing are problems that are still homework by MSMEs, efforts to market products to consumers, will be a waste if the products produced are good but no consumers buy due to lack of knowledge and information on marketed products. This community service activity is to make it easier for MSMEs activists to promote and market the products they produce on an online media. This system will be fully created using the codeigniter framework with the concept of model, view, controller (mvc), this framework is combined with bootsrap for the appearance of the dynamic web. The result will be a web-based application for product promotion and marketing media that will be socialized to MSMEs how to use it to help the MSMEs.

Keywords: *umkm, website, product, promotion*

Article history:

Submitted 20 Oktober 2024
Accepted 06 Desember 2024
Published 31 Desember 2024

PUBLISHED BY:
Sarana Ilmu Indonesia (salnesia)
Address:
Jl. Dr. Ratulangi No. 75A, Baju Bodoa, Maros Baru, Kab. Maros, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia

Email:
info@salnesia.id, jagri@salnesia.id
Phone:
+62 85255155883

Abstrak

Pada era digitalisai saat ini sudah canggih dan memiliki kemajuan pada sisi teknologi dan pola pikir manusia yang juga berkembang maju. Hal ini juga merambat pada bidang usaha yang menciptakan persaingan yang sangat ketat, para kompetitor berlomba memberikan produk terbaik untuk bisa berhasil dalam bidang usaha. Kamar dagang industri atau biasa kita kenal dengan nama KADIN merupakan sebuah organisasi bidang usaha yang di dalamnya terdapat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM masih menjadi alternatif penggerak perekonomian yang cukup efektif menghasilkan produk atau jasa yang menjadi kebutuhan masayarakat. Promosi dan pemasaran merupakan masalah yang masih menjadi perkerjaan rumah oleh UMKM, upaya pemasaran produk kepada konsumen, akan menjadi suatu hal yang sia-sia jika produk yang dihasilkan bagus namun tidak ada konsumen yang membeli dikarekan kurangnya pengetahuan dan informasi prodak yang dipasarkan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk mempermudah para penggiat UMKM untuk mempromosikan dan memasarkan produk-produk yang mereka produksi pada suatu media *online*. Sistem ini sepenuhnya akan dibuat dengan menggunakan *framework codeigniter* dengan konsep model, *view*, *controle*r (mvc), *framework* ini dikombisnasikan dengan *bootsrap* untuk tampilan dari *web* dinamis. Hasilnya akan berupa aplikasi berbasis *web* untuk media promosi dan pemasaran produk yang akan disosialisasikan kepada UMKM cara penggunaannya untuk membantu UMKM tersebut.

Kata Kunci: umkm, website, produk, promosi

*Penulis Korespondensi:
Fitri Pratiwi, email: fitrimarten@gmail.com

*This is an open access article under the **CC–BY** license*

PENDAHULUAN

Kamar dagang industri atau biasa kita kenal dengan nama KADIN merupakan sebuah organisasi bidang usaha yang di dalamnya terdapat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sebutan UMKM merujuk pada kegiatan usaha yang dibentuk oleh warga negara, baik berupa usaha pribadi ataupun badan usaha (Aliyah, 2022). Ekonomi menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kesejahteraan seseorang. Berbagai macam cara dilakukan untuk meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat salah satunya dengan mengembangkan UMKM. UMKM masih menjadi alternatif penggerak perekonomian yang cukup efektif menghasilkan produk atau jasa yang menjadi kebutuhan masayarakat, melalui pemberdayaan sumber daya lokal baik bahan baku, SDM, pengetahuan maupun teknologi lokal (Suyatno dan Suryani, 2022). UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Karena keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat (Farisi *et al.*, 2022).

Masyarakat semakin melek usaha sehingga membuat perkembangan UMKM di daerah semakin meningkat seperti di Kota Dumai. Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akusisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan (Hidayat, 2020). Ada berbagai jenis produk yang dihasilkan melalui kegiatan UMKM Kota Dumai seperti keripik cabe, aneka dodol, pisang salai, dendeng pucuk ubi, bolu kemojo pada bidang kuliner sedangkan bidang kerajinan yaitu lidi sawit, songket dan batik. Akan tetapi, saat ini pelaku UMKM seringkali dihadapkan dengan masalah pemasaran. Alih-alih membuka

usaha supaya untung malah tidak ada yang membeli karena produknya yang belum dikenal oleh masyarakat. Menurut Seran *et al.* (2023) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sedangkan promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, dan mencapai tujuan pemasaran lainnya. Biasanya dilakukan upaya untuk produk dan jasa di perusahaan akan lebih dikenal oleh masyarakat serta bisa mempengaruhi masyarakat upaya berminat untuk menggunakan produk atau jasa yang ada didalam perusahaan (Moonik dan Pomantow, 2023). Penerapan konsep pemasaran digital adalah kunci utama bagi UMKM untuk menjadi pelaku utama dalam perekonomian (Yulistiawan *et al.*, 2024).

UMKM juga memiliki beberapa keunggulan untuk menjadi ekpansi bisnis di era modern yaitu menyediakan lapangan pekerjaan bagi usaha industri kecil yang mampu menerima hingga 50% dari pekerja yang tersedia dan memiliki segmen pasar yang unik serta mampu mengelola pergantian pasar yang mungkin terjadi dengan cara yang mudah dan fleksibel (Kiswandi *et al.*, 2023). Melihat besarnya kontribusi UMKM dalam perekonomian daerah dapat menghidupkan perekonomian daerah dan penyerapan tenaga kerja, maka melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat di bangun aplikasi yang dapat membantu pemasaran produk lokal.

Teknologi *web* menawarkan berbagai keuntungan, seperti aksesibilitas yang luas, kemudahan dalam pembaruan informasi, dan integrasi dengan sistem lain (Dzaki *et al.*, 2023). Dengan penerapan aplikasi berbasis *web*, UMKM dapat melakukan promosi dan pemasaran produk secara *online*. *Website* dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang berisi informasi data digital baik berupa teks, gambar, animasi, suara dan *video* atau gabungan dari semuanya yang disediakan melalui jalur koneksi internet sehingga dapat diakses dan dilihat oleh semua orang di seluruh dunia (Susilawati *et al.*, 2020). Sedangkan aplikasi dapat diartikan program siap pakai yang dapat menjalankan perintah pengguna untuk menghasilkan hasil yang lebih tepat sesuai dengan tujuan aplikasi (Widodo dan Khumaini, 2024). MVC merupakan metode untuk membuat aplikasi dengan memisahkan bagian data (model), tampilan *(view)* dan bagian proses *(controler)* (Juan dan Nurhasanah, 2023). Dengan bantuan PHP sebagai koneksi data ke database, PHP itu adalah bahasa program yang digunakan untuk membuat aplikasi berbasis *web* (*website*, *blog* atau aplikasi *web*). PHP termasuk bahasa program yang hanya bisa berjalan di sisi server, atau sering disebut *side server language* (Widodo, 2019). Perkembangan teknologi *web* saat ini dengan menggunakan f*ramework* seperti *codeigneter, laravel, cake* PHP dan lainya.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mempermudah para penggiat UMKM untuk mempromosikan dan memasarkan produk-produk yang mereka produksi pada aplikasi UMKM ini, sehingga membantu para pegiat UMKM memperkenalkan produk mereka kepada para calon konsumen dan mempermudah konsumen mencari berbagai macam produk lokal lainnya pada media *online*. Salah satu pilar utama yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan menyediakan lapangan kerja bagi daerah sekitar adalah UMKM (Kalis *et al.*, 2023). Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan metode kualitatif dengan berbagai teknik pengumpulan data seperti wawancara, reflektif jurnal, observasi dan analisis dokumen.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan lanjutan dari kegiatan

sebelumnya. Jumlah peserta 20 dari sebagian UMKM binaan KADIN Kota Dumai yang ada di Kota Dumai, Peserta yang hadir merupakan anggota UMKM yang mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat saat ini. Kegiatan ini dilakukan pada hada hari Selasa 22 Oktober 2024, Pukul 08.00 sampai selesai di Aula Universitas Dumai. Adapun bentuk kegiatan yang dilakukan dan diberikan oleh kelompok PKM ini adalah sebagai berikut:

Perencanaan

Melakukan analisa terhadap data UMKM dengan melakukan survei dan pengumpulan data serta melakukan identifikasi permasalahan yang ada pada Mitra, lalu membagi menjadi beberapa jenis kategori. Selanjutnya melakukan desain dan pengkodean dengan menggunakan *frame work Codeigniter* untuk mendapatkan *website* yang sesuai untuk UMKM sehingga bisa untuk mempromosikan dan memasarkan produk mereka.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan kunjungan ke KADIN Kota Dumai

Sosialisasi

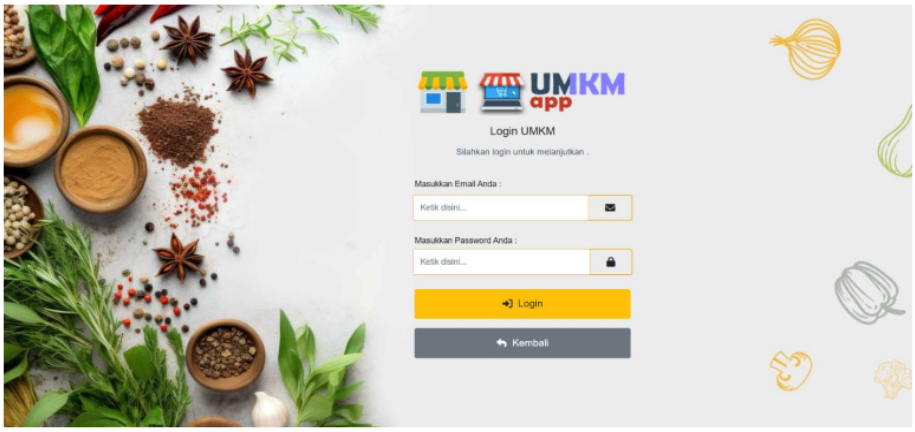
Tim pengabdian kepada masyarakat akan melakukan pertemuan awal dengan mitra untuk memperkenalkan proyek pengabdian kepada masyarakat. Tujuan dari pertemuan ini adalah untuk menjelaskan tujuan, ruang lingkup, dan manfaat dari proyek, serta untuk membangun hubungan yang baik dengan mitra.

Pelatihan

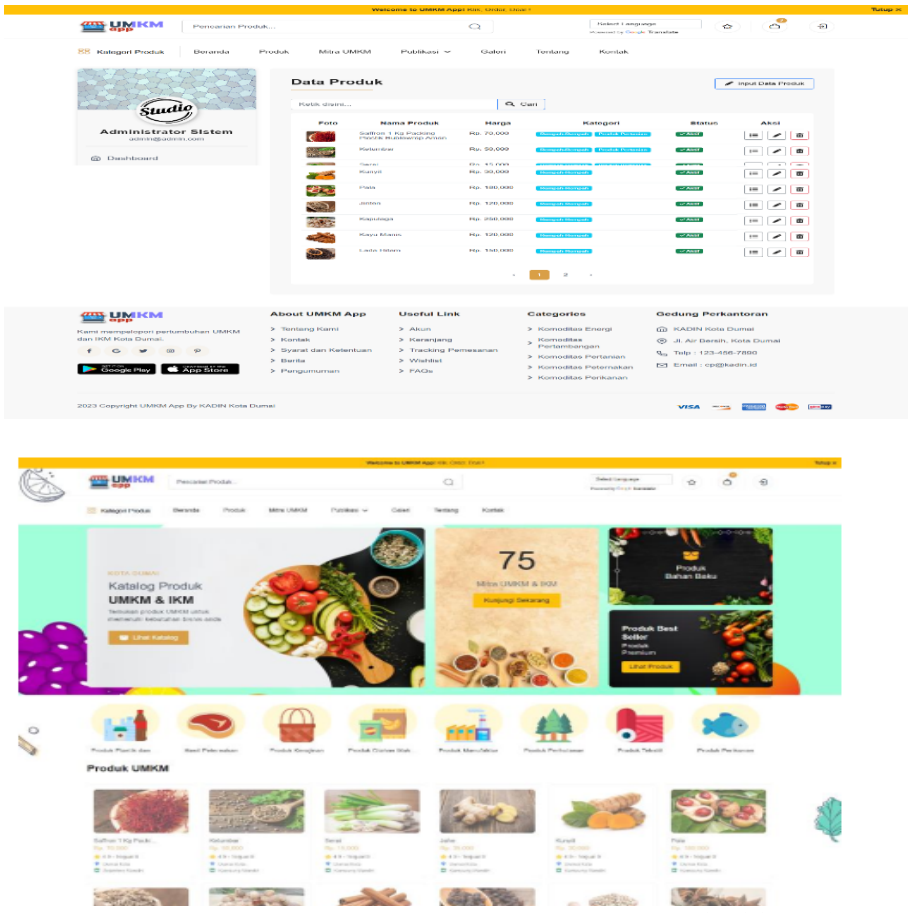
Para pelaku usaha akan mendapatkan pelatihan bagaimana cara menggunakan aplikasi *web* yang telah dibuat tadi, dimana pelatihan ini pertujuan agar pelaku usaha dapat secara mandiri mempromosikan dan memasarkan produk mereka. Pelatihan akan dibagi menjadi beberapa kelompok dan dilaksanakan selama beberapa hari.

Penerapan teknologi

Tim akan memberikan bimbingan dan dukungan teknis yang diperlukan untuk memastikan implementasi yang sukses. Tim juga akan membantu mitra dalam pengembangan dan penerapan aplikasi pemasaran berbasis *online*. Ini meliputi konfigurasi aplikasi, pembuatan akun dan penginputan produk.



Gambar 2. Dokumentasi penerapan teknologi, menu *login* Akun



Gambar 3. Dokumentasi penerapan teknologi, *menu dashboard* UMKM

Pendampingan dan evaluasi

Tim pengabdian akan melakukan pendampingan reguler dengan mitra untuk memastikan bahwa teknologi dan aplikasi pemasaran diterapkan dengan baik. Selama kunjungan pendampingan, tim akan memberikan saran dan bimbingan tambahan jika diperlukan. Evaluasi berkala akan dilakukan untuk mengevaluasi aplikasi sudah berjalan sesuai dengan yang mereka butuhkan untuk pemasaran online. Data akan dikumpulkan dan dianalisis untuk menentukan kemajuan dan identifikasi area perbaikan.

Keberlanjutan program

Setelah proyek selesai, tim akan bekerja sama dengan mitra untuk merencanakan

strategi keberlanjutan. Program ini termasuk pelatihan lanjutan, pemeliharaan teknologi, atau pengembangan strategi pemasaran jangka panjang.

Mitra akan secara aktif terlibat dalam semua tahapan pelaksanaan program, mulai dari sosialisasi hingga keberlanjutan program. Mereka akan berpartisipasi dalam pelatihan, penerapan teknologi, evaluasi, dan merencanakan keberlanjutan program. Setiap anggota tim akan memiliki peran dan tugas yang spesifik sesuai dengan kompetensinya. Ini termasuk melakukan pelatihan, bimbingan teknis, pengumpulan dan analisis data, serta komunikasi dengan mitra dan pemangku kepentingan lainnya. Mahasiswa yang terlibat dalam proyek pengabdian kepada masyarakat dapat memperoleh rekognisi SKS sesuai kurikulum dengan kebijakan kampus yang relevan. Rekognisi SKS biasanya diberikan berdasarkan kontribusi dan keterlibatan mahasiswa dalam seluruh proses proyek, termasuk persiapan, pelaksanaan dan evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program PKM ini dapat meningkatkan kompetensi para pelaku UMKM agar terfokus pada promosi dan pemasaran produk yang telah mereka hasilkan menjadi kegiatan yang utama pada pengabdian masyarakat kali ini, ada beberapa bidang yang mengikuti kegiatan ini bidang kuliner seperti keripik cabe, aneka dodol, pisang salai, dendeng pucuk ubi, bolu kemojo, bumbu masakan dan bidang kerajinan seperti lidi sawit, songket dan batik. Materi yang disampaikan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu bagaimana proses bisnis yang ada pada aplikasi UMKM berbasis *web* ini berjalan mulai dari pemasukan data produk UMKM, terima pesanan dari *buyer* atau konsumen, kemudian validasi kualitas produk oleh pihak KADIN, proses pembayaran, dan sampai proses pengiriman produk ke *buyer*, ini semua mesti dipahami oleh UMKM agar bisa menjalankan sistem yang ada pada aplikasi. Pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan, UMKM diberikan contoh langsung dengan menggunakan akun mereka masing-masing untuk memulai memasukan data produk mereka dan simulasi contoh saat ada pesanan dari *buyer* hingga proses akhir yaitu pengiriman ke pada *buyer*.



Gambar 4. Kordinasi dengan KADIN Kota Dumai

Hasil ini menggambarkan UMKM yang mampu meningkatkan literasi digital dan keterampilan praktis dapat memanfaatkan teknologi digital dengan lebih efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif. Pelatihan berkelanjutan dalam pemasaran digital sangat penting dalam mengembangkan kemampuan pegiat UMKM untuk mengelola kehadirannya di dunia digital. Pelatihan ini membawa perubahan positif dalam strategi pemasaran mereka. Kolaborasi pelaku UMKM dan pihak luar seperti kampus juga memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan yang produktif untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan, sehingga dapat saling mendukung dalam

menghadapi tantangan. Untuk memastikan UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal, dukungan berupa pelatihan dan sumber daya dari pemerintah dan organisasi terkait sangat dibutuhkan. UMKM mampu memanfaatkan teknologi digital secara lebih efisien untuk meningkatkan daya saing mereka dan mengoptimalkan potensi pemasaran mereka, kolaborasi antara pelaku UMKM juga telah membentuk dasar yang kuat untuk perkembangan bisnis mereka di masa depan (Aliyah, 2022).

Kegiatan strategi promosi diharapkan dapat mengingatkan konsumen akan jasa yang dihasilkan, memberi daya tarik dan menimbulkan minat konsumen untuk membeli jasa yang ditawarkan (Adila dan Subari, 2024). Arti penting pelatihan dalam promosi dan pemasaran digital memberi UMKM pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola aplikasi UMKM dan teknologi digital, yang pada gilirannya memperkuat kehadiran mereka di dunia digital. Program pelatihan yang berkelanjutan, terutama dalam promosi dan pemasaran digital, terbukti memberikan manfaat nyata bagi UMKM. Ini memperkuat kemampuan mereka untuk beradaptasi dan bersaing di pasar yang semakin digital. Dengan keterampilan yang lebih baik dalam teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka. Kolaborasi pelaku UMKM dan pihak kampus juga membantu membangun fondasi yang kokoh untuk perkembangan bisnis mereka di masa depan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat bersama mitra KADIN Dumai yang didalamnya terdapat beberapa UMKM yang tergabung disana. Pelaku UMKM seringkali dihadapkan dengan masalah pemasaran. Alih-alih membuka usaha supaya untung malah tidak ada yang membeli karena produknya yang belum dikenal oleh masyarakat. Untuk mengatasi masalah pemasaran, teknologi berbasis aplikasi *web* dapat menjadi solusi efektif. Aplikasi *web* ini memungkinkan UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta mempermudah proses pemasaran. Penerapan teknologi ini juga dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi kesalahan manual, dan mempercepat administrasi. Hasil dari kegiatan ini berupa aplikasi berbasis *web* yang disosilisasikan kepada UMKM untuk menunjang proses promosi dan pemasaran produk mereka. Ini merupakan bukti konkret bahwa teknologi digital dapat memberdayakan UMKM. Dengan dukungan teknologi, diharapkan UMKM di Kota Dumai dapat meningkatkan daya saing, memperkenalkan produk lokal kepada konsumen lebih luas, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah yang lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Universitas Dumai, Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Kota Dumai, Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakatdan Pelaku UMKM Kota Dumai dan Fakultas Ilmu Komputer (FILKOM) yang turut memberikan kemudahan dan jalan sehingga terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adila, W., Subari. 2024. Peranan Strategi Promosi Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan. Jurnal Pengabdian Masyarakat STIA Lancang Kuning Dumai. 3(1), 162-166.

Aliyah, A.H. 2022. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Ilmu Ekonomi. 3(1), 64-72. https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719

Dzaki, N., Ikhbal Salam, R., Eka Putra, D., Pratama, R. 2023. Penerapan Teknologi WEB dalam Pengelolaan Antrian Layanan Kependudukan di DISDUKCAPIL Solok Selatan. *J*urnal Pustaka AI (Pusat Akses Kajian Teknologi Artificial Intelligence). 3(3), 90-94. https://doi.org/10.55382/jurnalpustakaai.v3i3.780

Farisi, S.A., Iqbal Fasa, M., Suharto. 2022. Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah. 9(1), 73-84. https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307

Hidayat, T. 2020. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Manajemem. 17(2), 95-105. http://dx.doi.org/10.21831/jim.v17i2.34783

Juan, B.A., Nurhasanah. 2023. Penerapan Model View Controller dengan Framework CodeIgniter pada E-Commerce Penjualan F&B (Studi Kasus: Wardel). Ilmu Komputer dan Pendidikan. 1(3), 617-629. https://journal.mediapublikasi.id/index.php/logic

Kalis, M.C.I., Hendri, M.I., Safitri, H. 2023. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Kearifan Lokal dalam Mendukung Perekonomian Daerah Pasca Pandemi Covid-19. Managemen, Bussines and Accounting. 22(2), 230-244. https://doi.org/10.33557/mbia.v22i2.2384

Kiswandi, F.R.P., Setiawan, C., Ghifari, A. 2023. Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen. 1(4), 154-162. https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/328

Moonik, N., Pomantow, W.G. 2023. Pentingnya Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Acha Olshop. Jurnal Manajemen Administrasi Bisnis dan Pemasaran. 5(2), 77-91. https://jurnal.polimdo.ac.id/index.php/mabp/article/view/737

Seran, R.B., Sundari, E., Fadhila, M. 2023. Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. Jurnal Mirai Management. 8(1), 206-211. https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4054

Susilawati, T., Yuliansyah, F., Romzi, M., Aryani, R. 2020. Membangun Website Toko Online Pempek Nthree Menggunakan PHP aan Mysql. Jurnal Teknik Informatika Mahakarya. 3(1), 35-44. https://journal.unmaha.ac.id/index.php/jtim/article/view/19

Suyatno, S., Suryani, D.A. 2022. Pengembangan Potensi UMKM Berbasis lokal dalam Mendorong Perekonomian di Desa Girikerto. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis. 9(2), 108-118. https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.16821

Widodo, P.P. 2019. Aplikasi Tata Tertib Berdasarkan Poin untuk Pelanggaran Siswa pada Sekolah Menengah Atas. Jurnal Informatika Sunan Kalijaga. 4(2), 101-108. https://doi.org/10.14421/jiska.2019.42-04

Widodo, P.P., Khumaini, H. 2024. Implementation of Test Item Analysis for Learning Evaluation at SMAS YKPP Dumai. Jurnal Inovtek Polbeng. 9(2), 864-877. https://jurnal.polbeng.ac.id/index.php/ISI/article/view/197/62

Yulistiawan, B.S., Hananto, B., Nurgarhaeni, C., Handayani, L. 2024. Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM. Jurnal Abmas Negeri. 5(1), 141-149. https://doi.org/10.36590/jagri.v5i1.847