

## **UPAYA MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK UMKM DENGAN MEMANFAATKAN KATALOG PRODUK DI KELURAHAN SUKAHURIP KECAMATAN TAMANSARI KOTA TASIKMALAYA**

**Gea Aristi<sup>1\*</sup>, Kusuma Agdhi Rahwana<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Perjuangan Tasikmalaya,

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Jl. Peta No 17, Kota Tasikmalaya, 46115

\* Penulis Korespondensi : [geaaristi@gmail.com](mailto:geaaristi@gmail.com)

### **Abstrak**

*Kelurahan Sukahurip adalah salah satu kelurahan di Kota Tasikmalaya yang penghasilan penduduknya didapat dari berwirausaha diantaranya yaitu kelom geulis, spon bahan alas sandal, tas, aneka makanan ringan, dan alat peraga interaktif. Akan tetapi masih terdapat masalah yang dialami oleh masyarakat tersebut diantaranya adalah permasalahan dalam pemasaran produk yang mereka hasilkan. Pada tahun pertama telah dilakukan pelatihan mengenai strategi pemasaran produk UMKM kepada para pelaku UMKM dan telah dibuat rancangan katalog produk untuk membantu pemasaran produk UMKM tersebut. Akan tetapi para pelaku UMKM masih kebingungan dalam mengatur strategi pemasaran dengan memanfaatkan katalog tersebut. Maka diperlukan pelatihan kembali mengenai strategi pemasaran dan pemanfaatan media social dalam pemasaran katalog tersebut. Dengan demikian diharapkan dapat memudahkan penjual untuk mengenalkan produk yang dijualnya dan memudahkan masyarakat konsumen dalam pemilihan produk yang akan dibeli. Kegiatan akan dilaksanakan dengan metode Prototype yang terdiri atas pengumpulan kebutuhan, membangun prototyping, evaluasi prototyping, mengkodekan sistem, menguji sistem, dan evaluasi sistem. Tahapan pelaksanaan kegiatan tersebut dilakukan sebagai pendekatan untuk menjalin keterbukaan, kepercayaan, dan memahami persepsi, sikap, serta pengalaman dan persoalan yang dimiliki pelaku UMKM untuk mendukung dalam mengembangkan pemasaran dengan pembuatan katalog produk.*

**Kata kunci:** *Katalog Produk, Pemasaran, Prototype*

### **1. Pendahuluan**

Sukahurip adalah salah satu kelurahan di kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya. Luas kelurahan ini adalah 200 ha dengan jumlah penduduk 7600 orang. Sumber pendapatan masyarakat di kelurahan Sukahurip ini beragam, salah satunya adalah berwirausaha dari mulai usaha mikro, kecil, sampai menengah atau UMKM. Komoditas produk UMKM sangat variatif, diantaranya adalah kelom geulis, spon bahan alas sandal, tas, aneka makanan ringan, dan alat peraga interaktif. Produk barang-barang yang dijual di UMKM ini sangat berbeda dari pasaran. Desain produknya sangat unik dan menarik dengan kualitas internasional, serta harga yang variatif.

Berdasarkan survey yang telah dilakukan, diketahui bahwa beberapa UMKM yang ada di kelurahan Sukahurip terkendala dengan rendahnya permintaan pasar. Akibatnya omset penjualan rendah, yang berdampak pada rendahnya keuntungan UMKM. Keadaan tersebut terjadi sebagai akibat dari terbatasnya mengenalkan produk UMKM kepada konsumen. Konsumen sering mengalami kebingungan ketika mencari produk dari banyaknya toko yang ada disana. Hal tersebut terjadi karena banyaknya produk dan konsumen mencari barang secara manual. Masalah lainnya adalah tidak ada alat bantu untuk mengorganisir pesanan dari konsumen secara otomatis agar konsumen bisa mengetahui barang yang berstatus ready stock atau berstatus not ready stock dan dapat diakses oleh pelanggan di manapun dan kapanpun, serta tidak adanya media pemasaran secara cepat yang dapat menyebarkan informasi produk terbaru.

Kemajuan teknologi informasi saat ini tampaknya memiliki peluang tersendiri bagi strategi promosi pemasaran produk UMKM. Peluang pemasaran melalui media teknologi informasi tersebut dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk memperkenalkan produknya melalui dunia maya ke pasaran masyarakat global. Akan tetapi ada masalah lainnya dalam memanfaatkan IPTEK untuk dijadikan media promosi produk UMKM adalah keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola katalog produk dengan memanfaatkan media sosial dan website e-commerce yang dibuatnya.

Pada tahun pertama telah dilakukan pelatihan mengenai strategi pemasaran produk UMKM kepada para pelaku UMKM dan telah dibuat rancangan katalog produk untuk membantu pemasaran produk UMKM tersebut. Akan tetapi para pelaku UMKM masih kebingungan dalam mengatur strategi pemasaran dengan memanfaatkan katalog tersebut. Maka diperlukan pelatihan kembali mengenai strategi pemasaran dan memanfaatkan media social dalam memasarkan katalog produk tersebut. Dengan demikian diharapkan dapat memudahkan penjual untuk mengenalkan produk yang dijualnya dan memudahkan masyarakat konsumen dalam pemilihan produk yang akan dibeli

Dari analisis situasi yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa prioritas masalah yang harus diselesaikan, diantaranya:

1. Pelaku UMKM Kelurahan Sukahurip kesulitan dalam mengatur strategi pemasaran dengan memanfaatkan katalog produk.
2. Pelaku UMKM Kelurahan Sukahurip kesulitan mengorganisir pesanan konsumen
3. Pelaku UMKM masih belum terbiasa dengan penggunaan katalog produk
4. Kesulitan menyebarkan pemasaran produk keluar negeri dengan keterbatasan keterangan produk menggunakan bahasa inggris.

Dari uraian di atas, maka solusi yang disetujui sebagai solusi yang akan dilakukan pada kegiatan pengabdian ini adalah pada tahun pertama telah dilakukan sosialisasi mengenai strategi pemasaran produk UMKM dan sosialisasi mengenai manfaat e-commerce. Selain itu telah dibuat rancangan katalog produk dari setiap produk yang dijual UMKM Kelurahan Sukahurip. Katalog ini dirancang dapat mengorganisir pesanan konsumen dengan menampilkan produk-produk yang dijual serta dilengkapi dengan keterangan-keterangan dari setiap produk sehingga dapat memudahkan konsumen dalam memilih produk dan memudahkan penjual dalam memasarkan produk yang dijualnya. Untuk tahun kedua pengabdian melakukan pelatihan untuk membantu pemasaran produk dengan memanfaatkan social media untuk memasarkan katalog produk. Selain itu dilakukan juga pelatihan strategi pemasaran. Pada tahun ketiga dilakukan pembuatan website. Penerapan aplikasi e-Commerce kepada pelaku UMKM disertai dengan pendampingan, yaitu

pelatihan menggunakan, mengolah aplikasi, membuat desain iklan dari produk dan merawat domain sehingga pelaku UMKM dapat mandiri menggunakan aplikasi e-Commerce. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk:

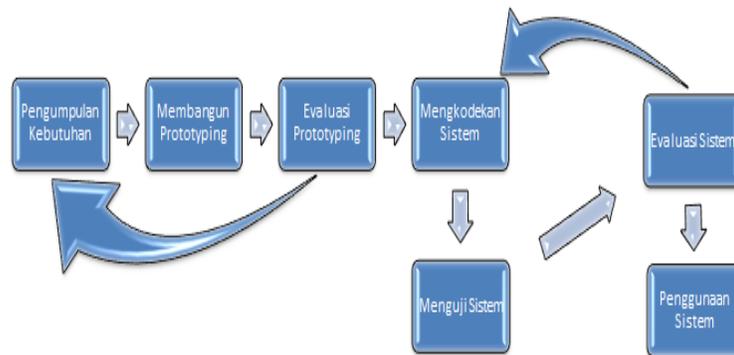
1. Membantu masyarakat dalam memasarkan Membantu masyarakat dalam memasarkan produk yang mereka jual
2. Membantu masyarakat dalam mempromosikan produk yang dijual kepada konsumen
3. Memudahkan konsumen dalam memilih produk yang dijual oleh masyarakat
4. Menumbuhkan kreativitas masyarakat dan melakukan inovasi pemasaran produk yang dihasilkan dengan mengikuti perkembangan IPTEK yang ada
5. Mendorong pertumbuhan pendapatan masyarakat UMKM di Kelurahan Sukahurip

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Meningkatkan pemasaran produk yang dijual oleh pelaku UMKM
2. Terciptanya website e-commerce yang dapat membantu mempromosikan produk yang dijual kepada konsumen
3. Terciptanya masyarakat yang kreatif, inovatif dan mengikuti perkembangan IPTEK
4. Meningkatkan pendapatan masyarakat pelaku UMKM di Kelurahan Sukahurip

## 2. Metode

Berdasarkan masalah prioritas di atas, maka pendekatan pelaksanaan menggunakan metode Prototype dari Pressman, yaitu salah satu metode yang digunakan untuk penyelesaian masalah menggunakan pembuatan aplikasi, durasi total dari kegiatan ini adalah 4 bulan. Fase Prototype seperti pada gambar berikut ini:



**Gambar 1. Metode Prototype**

Sumber: Suyanto, 2007

Fase atau tahapan pembuatan aplikasi menggunakan metode *Prototype* sebagai berikut:

1. **Pengumpulan kebutuhan**, Masyarakat desa binaan UKM kerajinan tangan bersama-sama mendefinisikan serta mengidentifikasi semua kebutuhan, dan garis besar sistem yang akan dibuat berdasarkan permasalahan yang ada.
2. **Membangun prototyping**, Membangun prototyping dengan membuat perancangan sementara yang dihasilkan pada tahap pertama dikaji ulang dengan masyarakat desa binaan

berfokus pada penyajian kepada target capaian masyarakat desa binaan (misalnya dengan membuat input dan format output).

3. **Evaluasi protootyping**, Evaluasi ini dilakukan oleh masyarakat desa binaan, apakah prototyping yang sudah dibangun sudah sesuai dengan keinginan. Jika sudah sesuai maka langkah 4 akan diambil. Jika tidak prototyping direvisi dengan mengulang langkah 1, 2, dan 3.
4. **Mengkodekan sistem**, Dalam tahap ini prototyping yang sudah di sepakati diterjemahkan ke dalam mengimplemantasikan yang sesuai dengan kebutuhan.
5. **Menguji sistem**, Setelah sistem sudah menjadi suatu perangkat lunak yang siap pakai. Pengujian dilakukan dengan *White Box*, *Black Box*, pengujian arsitektur dan lain-lain.
6. **Evaluasi Sistem**, Masyarakat desa binaan mengevaluasi apakah sistem yang sudah jadi sudah sesuai dengan yang diharapkan. Jika ya, langkah 7 dilakukan; jika tidak, ulangi langkah 4 dan 5.
7. **Menggunakan sistem**, Perangkat lunak yang telah diuji dan diterima masyarakat desa binaan siap untuk digunakan.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

Target output yang akan dihasilkan dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM akan memahami Program ini di laksanakan sebagai implementasi dari tri dharma perguruan tinggi bidang pengabdian masyarakat, Universitas Perjuangan. Kegiatan ini dilaksanakan mulai bulan Juni sampai Bulan November 2018.

**Tabel 1. Target dan output yang akan dihasilkan.**

No	Materi	Tujuan	Metode/Media	Peserta	Tempat	Waktu
1	Diskusi Pengabdian	Melakukan persiapan pengabdian dengan menentukan waktu dan kegiatan pengabdian	• Diskusi interaktif	Ketua dan anggota pengabdi	Rumah Makan	26 Juni 2018
2	Kunjungan ke Kelurahan Sukahurip	Memberikan surat tugas pengabdian	Kunjungan	Ketua, anggota pengabdi dan Lurah	Kelurahan Sukahurip	27 Juni 2018
3	Kunjungan ke Kelurahan Sukahurip	Mengambil surat balasan dan mendiskusikan waktu serta tujuan sosialisasi	Diskusi interaktif	Ketua, anggota pengabdi dan Lurah	Kelurahan Sukahurip	28 Juni 2018
4	Diskusi materi pelatihan	Melakukan diskusi tentang sosialisasi dan pelatihan yang akan dilakukan	Diskusi interaktif	Ketua dan anggota pengabdi	Rumah makan	3 Juli 2018
5	Sosialisasi strategi pemasaran produk hasil UMKM Oleh Kusuma agdhi R, MM	Melakukan sosialisasi tentang strategi pemasaran produk hasil UMKM	1. Diskusi Interaktif 2. Presentasi	Pelaku UMKM	Kelurahan Sukahurip	16 Agustus 2018
6	Sosialisasi Pemanfaatan media social untuk	Melakukan Sosialisasi pemanfaatan media social	3. Diskusi Interaktif 4. Presentasi	Pelaku UMKM	Kelurahan Sukahurip	12 September 2018

	pemasaran katalog produk Oleh . Gea Aristi, ST.,M.Kom	untuk pemasaran produk				
7	Peninjauan UMKM	Melakukan peninjauan UMKM untuk mengetahui dampak hasil sosialisasi	wawancara	Pelaku UMKM dan Ketua, anggota pengabdian	Tempat UMKM	15 Oktober 2018
8	Membuat laporan kemajuan	Membuat laporan kemajuan pengabdian	Diskusi interaktif	Ketua, anggota pengabdian	Tempat Makan	6 November 2018

#### **4. Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh:

1. Berdasarkan hasil dari pengabdian maka para Pelaku UMKM belum memanfaatkan media sosial sebagai media promosi
2. Berdasarkan hasil dari pengabdian maka para Pelaku UMKM belum mengetahui ilmu pemasaran dengan benar
3. Berdasarkan hasil dari sosialisasi kepada pelaku UMKM maka pelaku UMKM lebih memahami tentang pemanfaatan media social
4. Berdasarkan hasil dari sosialisasi pemasaran kepada pelaku UMKM maka pelaku UMKM lebih memahami tentang ilmu pemasaran.

#### **5. Daftar Pustaka:**

Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta

Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran Indonesia. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.

M. Suyanto. 2007. Electronic Commerce: A Managerial Perspective. Andi, Bandung.