

## Optimalisasi Penggunaan Teknologi Dalam Berbisnis di Desa Dadapayam, Kab. Semarang

Deva Nita Mulya<sup>1</sup>, Yashinta Putri Dwi Astuti<sup>2</sup>, Aldian Uumbu Tamu Ama<sup>3</sup>, Ignatius Bias Galih Prasadhya<sup>4</sup>, Ricky Arnold Nggili<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Bisnis Digital, Politeknik Bhakti Semesta

E-mail: <sup>1</sup>nita@bhaktisemesta.ac.id, <sup>2</sup>shinta@bhaktisemesta.ac.id, <sup>3</sup>aldian@bhaktisemesta.ac.id,

<sup>4</sup>bias@bhaktisemesta.ac.id, <sup>5</sup>rickyarnold@bhaktisemesta.ac.id

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah menjadi kunci bagi UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif. Sistem informasi yang terstruktur menghadirkan manfaat besar bagi bisnis, mulai dari meningkatkan efisiensi proses hingga memperkuat kerja tim untuk meningkatkan daya saing. E-commerce menjadi solusi bagi tantangan yang dihadapi UMKM, dengan biaya pemasaran terjangkau dan kemampuan untuk mempromosikan produk tanpa infrastruktur fisik yang mahal. Melalui pendampingan dan workshop, pelaku bisnis di Desa Dadapayam, Kabupaten Semarang, diberi pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkan teknologi secara optimal dalam bisnis mereka, dengan fokus pada media sosial, marketplace, dan website. Tahapan pendampingan mencakup survey, sosialisasi, dan pembuatan desain promosi, dengan tujuan mengatasi kendala utama terkait kurangnya pemahaman dan kesulitan dalam menggunakan media digital untuk promosi dan penjualan. Langkah-langkah strategis telah dirumuskan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya teknologi dalam bisnis dan menyediakan wadah bagi UMKM untuk mempelajari dan menerapkan teknologi tersebut secara efektif.

Kata kunci: UMKM, Teknologi Informasi, Digital Marketing

### Abstract

*The rapid advancement of information technology has become key for SMEs to utilize social media as an effective marketing tool. Structured information systems bring significant benefits to businesses, ranging from improving process efficiency to strengthening teamwork for competitiveness. E-commerce provides a solution to challenges faced by SMEs, offering affordable marketing costs and the ability to promote products without expensive physical infrastructure. Through mentoring and workshops, business owners in Dadapayam Village, Semarang Regency, are provided with knowledge and skills to optimally utilize technology in their businesses, focusing on social media, marketplaces, and websites. Mentoring stages include surveys, socialization, and designing promotional materials, aiming to address the main obstacles related to limited understanding and difficulties in using digital media for promotion and sales. Strategic steps have been formulated to provide better understanding of the importance of technology in business and to provide a platform for SMEs to learn and apply technology effectively.*

*Keywords: SMEs, Information Technology, Digital Marketing*

## 1. PENDAHULUAN

UMKM ikut andil dalam pertumbuhan ekonomi dan memiliki kemampuan terhadap daya saing dengan usaha lain yang sejenis [1]. Adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat, menjadi langkah bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran [2]. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi informasi adalah perwujudan dalam hal pelayanan ke pelanggan [3]. Seperti halnya membantu meningkatkan distribusi produk lebih cepat, memiliki akses yang mudah, jangkauan lebih luas, dan efisiensi biaya untuk sampai ke tangan konsumen [4]. Strategi pemasaran menggunakan teknologi dapat dijadikan sebagai salah satu cara dalam meningkatkan penjualan produk-produk UMKM [5].

Era globalisasi saat ini mempengaruhi persaingan dalam bisnis, maka pemanfaatan sistem informasi yang efektif memiliki peran yang cukup penting, yang mana hal tersebut hasil dari kombinasi terstruktur antara individu, perangkat keras, perangkat lunak dan jaringan komunikasi yang bekerja secara bersamaan dalam menghimpun, mengubah dan menyampaikan informasi di dalam lingkungan organisasi [6]. Selain itu, sistem informasi memberikan manfaat kepada semua lini bisnis untuk membantu meningkatkan efisiensi proses bisnis, memberikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, meningkatkan kerjasama tim, serta memperkuat kerja sama tim untuk peningkatan daya saing yang dapat membantu dalam mencapai kesuksesan bisnis [7].

Menurut [8] bahwa terdapat kendala yang dialami para pelaku UMKM yaitu kurangnya literasi digital, sehingga sulit melakukan adopsi digital marketing. Karena, menurut [9] banyak permasalahan dan keterbatasan yang dihadapi oleh UMKM, yaitu akses modal, *bankcable*, akses teknologi, sumber daya manusia, dan akses pasar. Sehingga berkembangnya teknologi informasi dalam bisnis dengan hadirnya *e-commerce* dapat dijadikan peluang bagi UMKM, seperti biaya pemasaran murah; efisiensi mobilisasi sumberdaya pemasaran, lebih cepat, dan akurat. Website juga turut membantu pelaku bisnis dalam melakukan promosi, memasarkan, dan menjual produk tanpa membuat brosur secara fisik, membayar iklan lewat media massa, yang mana membutuhkan biaya promosi besar. Sehingga, teknologi informasi menjadi alternatif pemasaran melalui *e-marketing* untuk memperluas *market share* dengan jangkauan yang lebih luas. Seperti halnya, dengan hadirnya *e-commerce* memudahkan para pengusaha untuk melakukan pembelian persediaan barang yang diperlukan. Proses pembelian melalui *e-commerce* membuat interaksi secara tatap muka dapat berkurang dan membuat pengusaha agar lebih hemat, karena terkadang terdapat diskon atau kupon yang bisa digunakan [10].

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tim pengabdian kepada masyarakat mengadakan workshop optimalisasi penggunaan teknologi dalam berbisnis untuk menunjang kegiatan bisnis UMKM di Desa Dadapayam, Kab. Semarang. Sehingga, pelaku bisnis di Desa Dadapayam dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dalam berbisnis, seperti media sosial, marketplace, website, dll secara lebih optimal.

## 2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pendampingan dilakukan dengan 33 peserta terkait penggunaan teknologi dalam berbisnis di Desa Dadapayam, Kab. Semarang yang dilaksanakan pada tanggal 10 Maret 2024. Kegiatan ini memiliki sasaran yaitu peserta di Desa Dadapayam dapat memanfaatkan teknologi dalam kegiatan bisnis secara optimal dengan beberapa tahapan antara lain yaitu:

### 2.1 Tahap Persiapan

Tahapan persiapan yaitu melakukan survey dan koordinasi permasalahan yang dihadapi oleh peserta dengan menggali informasi terkait hambatan, kekurangan dan peluang. Sehingga permasalahan-permasalahan yang menghambat perkembangan dalam melakukan kegiatan bisnis dapat segera teratasi dengan munculnya inovasi yang mampu menjadi langkah perkembangan usaha di Desa Dadapayam. Setelah itu, dilanjutkan dengan perencanaan dan penyusunan *timeline* pelaksanaan pendampingan.

### 2.2 Tahap Pelaksanaan

- a. Melakukan Pendataan Peserta  
Pendataan peserta dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data berupa jenis usaha, produk yang dijual, kegiatan yang sudah dilakukan untuk mengoptimalkan promosi dan penjualan, serta hambatan yang dihadapi.
- b. Sosialisasi terkait Penggunaan Teknologi Bisnis  
Tujuan dilakukannya sosialisasi agar peserta memiliki wawasan lebih terkait teknologi yang dapat dimanfaatkan secara optimal dalam kegiatan bisnis.
- c. Pembuatan Desain Promosi untuk Penjualan  
Akun promosi dan penjualan dibuat sebagai wadah bagi UMKM agar produknya lebih banyak dikenal dan memudahkan dalam melakukan penjualan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Tahap Persiapan

Hasil survey yang diperoleh dari 33 peserta di Desa Dadapayam terdapat permasalahan inti, yaitu kurangnya wawasan dan kesulitan dalam menggunakan media digital sebagai wadah untuk promosi dan penjualan.

#### 3.2 Tahap Pelaksanaan

- a. Melakukan Pendataan Peserta

Tanggal 21 Februari 2024, tim melakukan survey dan koordinasi dengan Kepala Desa Dadapayam terkait permasalahan apa saja yang menjadi kendala bagi warga yang memiliki usaha di Desa Dadapayam. Hasil koordinasi tersebut adalah kurangnya pemahaman bahwa dalam berbisnis perlu yang namanya penggunaan teknologi, terbatasnya informasi dan wawasan yang diperoleh selama ini, sehingga peserta tidak memiliki wadah untuk mengatasi permasalahan tersebut. Oleh karena itu, dengan adanya permasalahan dapat ditentukan strategi yang bisa dijalankan sebagai upaya tindak lanjut atas permasalahan tersebut.



**Gambar 1.** Observasi dan Wawancara

b. **Workshop Penggunaan Teknologi dalam Berbisnis**

Tanggal 10 Maret 2024, tim pengabdian masyarakat melakukan tindak lanjut atas hasil pendataan peserta dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan baru kepada peserta terkait penggunaan teknologi bisnis. Kegiatan dikemas dalam bentuk workshop yang diisi oleh Yashinta Putri Dwi Astuti, S.E., M.M sebagai pemateri.

Kegiatan dihadiri oleh 30 peserta dari Desa Dadapayam dengan durasi kegiatan kurang lebih 3 jam termasuk praktek pembuatan konten digital menggunakan canva, yang mana untuk foto produk sudah disiapkan terlebih dahulu oleh tim pengabdian masyarakat.



**Gambar 2.** Workshop Penggunaan Teknologi dalam Berbisnis

c. **Tahap Pembuatan Desain Promosi untuk Penjualan**

Setelah sesi pemaparan materi, peserta diajarkan cara penggunaan canva sebagai wadah untuk membantu dalam membuat konten promosi penjualan. Bahan foto yang digunakan untuk membuat konten sudah disediakan oleh tim, sehingga peserta difokuskan untuk belajar terkait *tools* yang dapat digunakan untuk pembuatan konten. Hal tersebut bertujuan agar peserta dapat membuat informasi lengkap hanya dengan satu konten yang meliputi teks, gambar, video.



**Gambar 3.** Praktek Pembuatan Desain Promosi (Canva)

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Dadapayam, Kab. Semarang berlangsung pada tanggal 10 Maret 2024 dan dikemas dalam bentuk workshop. Namun sebelumnya telah dilakukan observasi terlebih dahulu sebelum berlangsungnya kegiatan workshop. Dengan dilakukannya observasi ditemukan permasalahan yang telah dialami UMKM di Desa Dadapayam yang bertujuan untuk membantu pelaku UMKM Desa Dadapayam mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam berbisnis, seperti penggunaan media sosial, marketplace, website, sampai kepada desain yang dapat dipublikasikan untuk mendukung pemanfaatan teknologi. Oleh karena itu, perlu adanya pendampingan lebih lanjut oleh pihak aparaturnya desa terkait program tersebut, sehingga kemampuan para pelaku UMKM dapat terus meningkat terkait penggunaan teknologi dalam kegiatan bisnis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rosmadi, M. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–94, 4(2) 87-94
- [2] Wiyarti, R., Cahyo, H., & Nirmala, N. (2018). Umkm Business Development Before And After Receiving Cheap Funding On Bmt Ben Sejahtera Kecamatan Kroya Cilacap District. *Majalah Imiah Manajemen Dan Bisnis*, 15(1), 54-69.
- [3] Supriyanto. 2004. Pemberdayaan Teknologi Informasi untuk Keunggulan Bisnis. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*.

- [4] Achadi, Ady., Cahyo, Heru., Pahlevi, Akbar. 2023. Pemasaran Produk Umkm Melalui Sarana Digital. WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat.
- [5] Werdani, R.E., Kurniawati, N., Sukoco, J.B., Windriya, A., Iskandar, D. Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. (2020).  
Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 4(1) 1-5
- [6] Anggraeni, E.Y. & Irvani, R. 2017. Pengantar Sistem Informasi. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- [7] Lubis, Noor Adinda S.F. & Nasution, Muhammad Irwan Padli. 2023. Optimalisasi Efisiensi Bisnis Organisasi Melalui Pemanfaatan Sistem dan Teknologi Informasi. Jurnal Teknik Mesin, Industri, Elektro dan Informatika (JTMEI).
- [8] Tanjung, A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Teknologi Berbasis Digital Pada Umkm Di Penjaringansari Melalui G-Two Socialization Dan Rebranding. KARYA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat.
- [9] Hadi, Noor. 2017. Bentuk Teknologi Informasi dalam Mendukung E-Commerce Usaha Kecil dan Menengah. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam.
- [10] Fadhilah, N. (2021). Optimalisasi Umkm Dalam Pemanfaatan Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19 di Lingkungan Kecamatan Cibitung, Kabupaten Bekasi. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam "45" Bekasi, 2(2) 26-30