

Penerapan Digitalisasi Pada Umkm Chio Snack menggunakan Platform Simonik untuk memperluas Pemasaran Produk

Andi Desfiandi^(1,a), Zuriana^{(1,b)*}

^(1a) Manajemen, ^(1b) Manajemen, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Email: ^(a)desfiandiandi@darmajaya.ac.id, ^(b)zuriana@darmajaya.ac.id

ABSTRAK

Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan proses bisnis mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengakses pasar global melalui platform online. Salah satu contoh UMKM yang berupaya menghadapi tantangan ini adalah Chio Snack berada di Desa Trimulyo, Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung, UMKM Chio Snack merupakan sebuah usaha yang berfokus pada produk makanan ringan berkualitas tinggi. Tingginya perkembangan teknologi berdampak pada meningkatnya persaingan. Dalam dunia bisnis, hal tersebut menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh berbagai pihak, tidak terkecuali pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Namun, sejumlah UMKM tersebut khususnya yang berada di Kabupaten Pesawaran belum tercatat oleh Pemerintah dan juga belum dikenal oleh masyarakat luas. pemerintah Kabupaten Pesawaran membuat inovasi baru berupa suatu platform yang disebut dengan Sistem Monitoring Kerja (SIMONIK). SIMONIK merupakan platform yang digunakan untuk menunjang monitoring dan evaluasi pelayanan publik khususnya UMKM di Kabupaten Pesawaran. Dalam platform SIMONIK terdapat beberapa fitur, mulai dari layanan pengurusan PIRT, pengurusan BPOM, hingga memasarkan produk. Sehingga, para pelaku UMKM khususnya yang berada di Kabupaten Pesawaran akan mudah dalam mengurus atau melakukan kegiatan-kegiatan tersebut. Dalam upaya untuk memperluas jangkauan produk mereka, UMKM Chio Snack memutuskan untuk mengadopsi platform Simonik, sebuah solusi digital yang dapat membantu dalam pemasaran produk secara efektif. Melalui penerapan teknologi ini, diharapkan dapat meraih manfaat dalam bentuk peningkatan akses ke pasar, peningkatan daya saing, dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci: Digitalisasi, UMKM, Simonik

ABSTRACT

Digitalization allows UMKM to optimize their business processes, increase operational efficiency, and access global markets through online platforms. One example of an UMKM that is trying to face this challenge is Chio Snack in Trimulyo Village, Tegineneng District, Pesawaran Regency, Lampung Province. Chio Snack UMKM is a business that focuses on high quality snack products. The high level of technological development has an impact on increasing competition. In the business world, this is a challenge that must be faced by various parties, including Micro, Small and Medium Enterprises (UMKMs). However, a number of UMKMs, especially those in Pesawaran Regency, have not been registered by the Government and are also not known to the wider community. The Pesawaran Regency government has created a new innovation in the form of a platform called the Work Monitoring System (SIMONIK). SIMONIK is a platform used to support monitoring and evaluation of public services, especially UMKMs in Pesawaran Regency. In the SIMONIK platform there are several features, starting from PIRT management services, BPOM management, to marketing products. So, UMKM players, especially those in Pesawaran Regency, will find it easy to manage or carry out these activities. In an effort to expand their product reach, Chio Snack UMKMs decided to adopt the Simonik platform, a digital solution that can help in marketing products effectively. Through the application of this technology, it is hoped that we can achieve benefits in the form of increased access to markets, increased competitiveness and sustainable business growth.

Keywords: MSME, Digital Marketing, Instagram, Tiktok Shop

Submit:
21.10.2023

Revised:
24.10.2023

Accepted:
03.11.2023

Available online:
06.11.2023

PENDAHULUAN

Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh dosen pada sebuah Perguruan Tinggi sebagaimana dijelaskan dalam Tridarma Perguruan Tinggi adalah Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Hal ini juga dipertegas dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional dalam Pasal 20 ayat (2) Perguruan Tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat serta Pasal 24 ayat (2) Perguruan Tinggi memiliki otonomi untuk mengelola sendiri lembaganya sebagai pusat penyelenggaraan pendidikan tinggi, penelitian ilmiah, dan pengabdian kepada masyarakat; serta Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen dalam Pasal 51 ayat (1) huruf d bahwa dalam melaksanakan tugas keprofesionalan.

Pada era digital yang terus berkembang, peran teknologi informasi telah mengubah lanskap bisnis secara drastis. Terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), inovasi digital telah menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Dalam konteks ini, pengabdian masyarakat menjadi wadah yang tepat untuk mengaplikasikan pengetahuan dan teknologi dalam mendukung perkembangan UMKM. UMKM memiliki peran vital dalam perekonomian global, berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat dan perubahan konsumen yang cepat, menekankan perlunya adopsi teknologi digital. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan proses bisnis mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengakses pasar global melalui platform online. Salah satu contoh UMKM yang berupaya menghadapi tantangan ini adalah Chio Snack berada di Desa Trimulyo, Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung, UMKM Chio Snack merupakan sebuah usaha yang berfokus pada produk makanan ringan berkualitas tinggi.

Desa Trimulyo memiliki potensi yang dapat dikembangkan, seperti pertanian, industri kecil hingga menengah, dan lain sebagainya. Jika potensi ini dapat dikenal keluar daerah Trimulyo dan diketahui banyak masyarakat luar maka akan berdampak positif dan dapat memajukan potensi yang ada di Desa Trimulyo tersebut. Tingginya perkembangan teknologi berdampak pada meningkatnya persaingan. Dalam dunia bisnis, hal tersebut menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh berbagai pihak, tidak terkecuali pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Namun, sejumlah UMKM tersebut khususnya yang berada di Kabupaten Pesawaran belum tercatat oleh Pemerintah dan juga belum dikenal oleh masyarakat luas. pemerintah Kabupaten Pesawaran membuat inovasi baru berupa suatu platform yang disebut dengan Sistem Monitoring Kerja (SIMONIK). SIMONIK merupakan platform yang digunakan untuk menunjang monitoring dan evaluasi pelayanan publik khususnya UMKM di Kabupaten Pesawaran. Dalam platform SIMONIK terdapat beberapa fitur, mulai dari layanan pengurusan PIRT, pengurusan BPOM, hingga memasarkan produk. Sehingga, para pelaku UMKM khususnya yang berada di Kabupaten Pesawaran akan mudah dalam mengurus atau melakukan kegiatan-kegiatan tersebut. Dalam upaya untuk memperluas jangkauan produk mereka, UMKM Chio Snack memutuskan untuk mengadopsi platform Simonik, sebuah solusi digital yang dapat membantu dalam pemasaran produk secara efektif. Melalui penerapan teknologi ini, diharapkan dapat meraih manfaat dalam bentuk peningkatan akses ke pasar, peningkatan daya saing, dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, dibagi menjadi tiga tahapan yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan kegiatan, dan tahap evaluasi kegiatan, dengan rincian sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Adapun pada tahap persiapan, beberapa hal yang dilakukan diantaranya, penyusunan kegiatan sosialisasi dan pengabdian masyarakat terkait penggunaan platform SIMONIK di UMKM Chio Snack, dilanjutkan dilakukan observasi menyeluruh melalui wawancara untuk mengetahui strategi pemasaran yang dibutuhkan oleh pemilik UMKM Chio Snack, selain itu juga sosialisasi ini merupakan tahapan

awal sebelum merancang dan melaksanakan sebuah strategi pemasaran secara online. Pada akhir tahapan persiapan ini, breakdown kerangka masalah terkait data dan konten apa saja yang dibutuhkan dan oleh tim pengabdian masyarakat kerangka tersebut dipaparkan dalam sub-sub konten melalui diskusi saat survey lapangan dan pembagian kuisioner pre-test terkait pemahaman penggunaan SIMONIK.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Adapun pada tahap pelaksanaan kegiatan, beberapa hal yang dilakukan diantaranya, menerapkan rencana kegiatan pengabdian masyarakat yang telah disusun UMKM Chio Snack, dilanjutkan pemberian materi pelatihan dan pembuatan akun SIMONIK.

3. Tahap Evaluasi Kegiatan

Adapun pada tahap evaluasi kegiatan, dilakukan untuk mengetahui hasil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, terkait pemahaman penggunaan aplikasi SIMONIK untuk semua anggota UMKM Chio Snack terkait strategi pemasaran. Selain itu, dilakukan pembagian kuisioner post-test untuk mengetahui apakah terjadi peningkatan pemahaman untuk semua anggota UMKM Chio Snack.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Chio Snack telah berhasil menerapkan platform Simonik sebagai alat digitalisasi untuk memperluas pemasaran produk. Platform ini memungkinkan mereka untuk membuat toko online yang memadai, menampilkan produk-produk mereka, dan menerima pesanan secara online. Dengan platform Simonik, produk-produk Chio Snack menjadi lebih mudah diakses oleh pelanggan. Pelanggan dapat melihat daftar produk, gambar, dan deskripsi produk dengan mudah. Ini telah membantu dalam memperluas pangsa pasar mereka. Platform Simonik juga memungkinkan UMKM Chio Snack untuk berkomunikasi lebih efektif dengan pelanggan. Mereka dapat menerima pertanyaan, memberikan informasi produk, dan memberikan layanan pelanggan secara lebih cepat dan efisien. Implementasi platform Simonik telah berdampak positif pada penjualan produk Chio Snack. Mereka melaporkan peningkatan signifikan dalam jumlah pesanan online dan pertumbuhan pendapatan mereka. Pengabdian ini menunjukkan bahwa digitalisasi dapat menjadi alat yang efektif dalam pemberdayaan UMKM seperti Chio Snack, membantu mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Berikut beberapa hasil yang didapatkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Chio Snack di Desa Trimulyo antaranya adalah:

1. Sosialisasi kepada Pemilik UMKM untuk memperkenalkan Platform Simonik pada UMKM Chio Snack

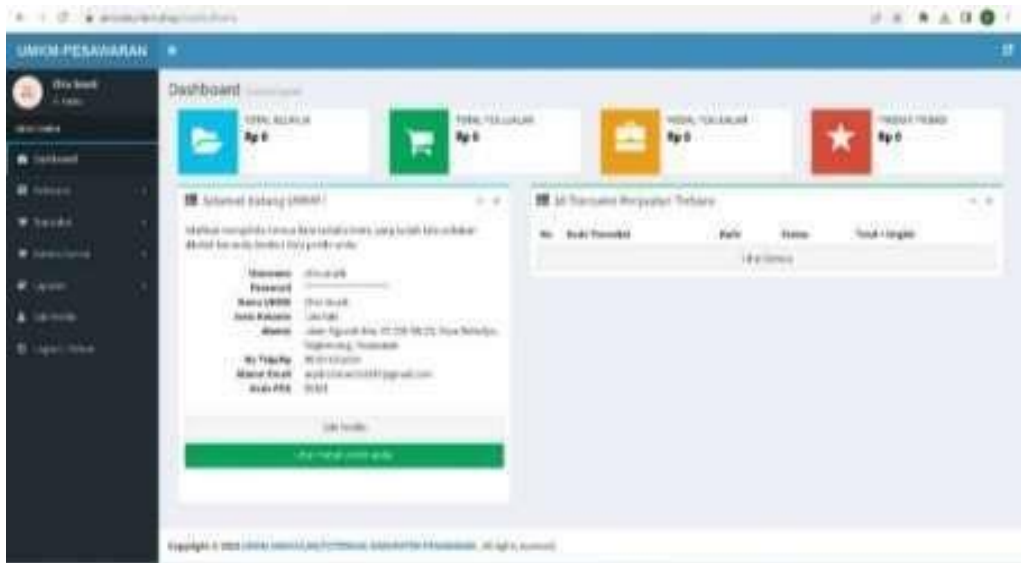
Sosialisasi dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dibutuhkan oleh pemilik UMKM Chio Snack, selain itu juga sosialisasi ini merupakan tahapan awal sebelum merancang dan melaksanakan sebuah strategi pemasaran secara online. Sosialisasi pemasaran secara online ini guna mempermudah pelaku UMKM untuk dapat membuat pemasaran secara digital dan UMKM bisa langsung mempraktikannya. Dalam sosialisasi ini kami menjelaskan bagaimana perbedaan antara pemasaran secara konvensional dan pemasaran secara digital, tidak hanya itu kami juga memberitahu media media yang dapat mereka gunakan untuk mengembangkan usahanya yaitu salah satunya dengan menggunakan platform SIMONIK. Platform ini dapat membantu pelaku UMKM untuk dapat dikenal masyarakat khususnya kabupaten Pesawaran dengan aman dan mudah. Yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM secara berkesinambungan, melalui layanan-layanan pemasaran digital. Dengan diperkenalkan Platform SIMONIK mampu mempermudah pelaku UMKM untuk dapat terhubung dengan mudah kepada masyarakat luas khususnya kabupaten Pesawaran secara online. Kegiatan pada Gambar 1 merupakan dokumentasi kegiatan sosialisasi SIMONIK, digital marketing, pencatatan keuangan, dan pengoptimalisasian ide konten pada UMKM Chio Snack di Desa Trimulyo, Kabupaten Pesawaran.



Gambar 1. Sosialisasi Pengenalan SIMONIK pada UMKM Chio Snack

2. Pelatihan dan Pembuatan Akun SIMONIK

Dalam dunia digital marketing, platform mengacu pada teknologi yang bisa dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan marketing perusahaan di internet. Salah satu platform yang digunakan untuk memasarkan produk adalah SIMONIK. Sistem Monitoring Kinerja (SIMONIK) merupakan platform pemasaran online yang dibuat oleh Pemerintah Kabupaten Pesawaran untuk mempermudah pelaku UMKM dalam memasarkan produknya dan memperkenalkan produknya ke masyarakat luas secara online. Mengingat betapa besarnya pengaruh pemasaran secara online dapat membantu perkembangan UMKM di era digital saat ini. Dengan memasarkan produk UMKM Chio Snack yang dikelola oleh bapak Ary Destrianto di Media Sosial secara online seperti SIMONIK ini dapat membuat UMKM semakin dikenal oleh masyarakat luas khususnya masyarakat yang berada di Kabupaten Pesawaran.



Gambar 2 Tampilan Beranda Akun SIMONIK Penjual

Gambar 2. merupakan tampilan beranda toko online UMKM Chio Snack pada akun penjual yang telah didaftarkan pada platform SIMONIK.



Gambar 3. Tampilan Menu Referensi Pengisian Rekening Penjual

Gambar 3. merupakan tampilan menu referensi bagian nomor rekening, pada bagian ini penulis memasukkan data rekening penjual ke dalam platform untuk kepentingan penjualan.



Gambar 4. Tampilan Menu Referensi Info Keterangan

Gambar 4. merupakan tampilan menu referensi bagian info keterangan, pada bagian ini diketikkan sebuah kalimat, yang di mana kalimat tersebut akan ditampilkan pada layar konsumen yang telah melakukan pemesanan.



Gambar 5 Tampilan Menu Referensi Data Produk

Gambar 5. merupakan tampilan menu referensi bagian data produk, di mana pada bagian inilah penjual melakukan pengisian data produk yang akan dipasarkan pada platform simonik. Data tersebut meliputi nama produk, harga modal, harga jual, jumlah stok, bentuk satuan, berat produk, dan juga diskon.

3. Melakukan Pemasaran melalui Platform SIMONIK

Platform online menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Strategi marketing dengan memanfaatkan platform inilah dinilai efektif untuk melakukan pemasaran secara online, pasalnya pelaku UMKM dan pelanggan dapat langsung berinteraksi untuk menyelesaikan permintaan pelanggan. Salah satunya platform online yang dapat memasarkan produk dan menjangkau pelanggan dengan mudah yaitu SIMONIK.



Gambar 6 Tampilan Produk yang dipasarkan di platform SIMONIK

Gambar 6. merupakan tampilan toko online UMKM Chio Snack pada akun pembeli, di mana terdapat fitur “Beli Sekarang” yang dapat memudahkan pembeli untuk membeli produk UMKM Chio Snack hanya dengan sekali klik.

PEMBAHASAN

Berikut hasil sosialisasi penggunaan platform SIMONIK pada UMKM Chio Snack:

1. UMKM Chio Snack dapat mempromosikan produk mereka secara online, dan mengirim promosi khusus atau diskon kepada pelanggan tetap dan membangun hubungan yang lebih erat dg semua pelanggan.
2. UMKM Chio Snack dapat lebih mudah melacak pemasukan dan pengeluaran mereka dengan cepat, sehingga membantu mereka membuat laporan keuangan yang lebih akurat.
3. Dengan penggunaan platform simonik, umkm chio snack dapat mengoptimalkan operasional, meningkatkan efisiensi dan pendapatan.

KESIMPULAN

Penerapan digitalisasi melalui platform Simonik pada UMKM Chio Snack telah membawa dampak positif yang signifikan terhadap usaha ini. Beberapa aspek kunci dari penerapan digitalisasi tersebut termasuk peningkatan aksesibilitas produk, komunikasi yang lebih efisien dengan pelanggan, dan peningkatan penjualan. Dengan toko online yang mudah diakses dan informatif, pelanggan dapat dengan cepat menemukan produk yang mereka inginkan, mengajukan pertanyaan, dan melakukan

pemesanan secara online. Pemilik UMKM Chio Snack dapat mengaplikasikan SIMONIK untuk memasarkan produk dan memperluas pangsa pasar serta meningkatkan pendapatan mereka.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada segenap masyarakat khususnya UMKM Chio Snack yang berada di Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung yang telah memberikan dukungan dan bantuannya dalam pengabdian ini. Saya ucapkan banyak terima kasih juga kepada tim yang telah terlibat dalam kegiatan dan selalu memberikan semangat dan motivasi kepada tim pengabdian ini.

REFERENSI

- Windayani, N. K. (T.T.). Penerapan Sistem Informasi Pada Umkm Keripik Tahu Dengan Menggunakan Platform Google Ads Untuk Memperluas Pemasaran Produk.
- Khalila, R. (T.T.). Sosialisasi Keuangan Digital Dengan Stroberi Kasir Dan Qris Pada Desa Margo Rejo.
- Amnah, A., Indera, I., Pebrina, P., Halimah, H., Jaya, I., & Agustina, F. (2021, September). Peningkatan Ekonomi Bagi Kelompok Ibu-Ibu Tenaga Kerja Outsourcing Melalui Pelatihan Pembuatan Masker. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 18-21).
- Ayutiani, D. N., Primadani, B., & Putri, S. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, no. 3(1): 39–59.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, no. 9(1): 140–157.
- Dimas Sasongko, Intan Rahma Putri, Vivi Nur Alfiani, Sasqia Dyah Qiranti, Riski Sinta Sari, Pramania Elka Allafa (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung, Retrieved from <http://journal.trunojoyo.ac.id/pangabdhi>
- Halimah, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pemberdayaan Napi Perempuan Lapas Way Hui Melalui Kerajinan Rajutan Dan Perhitungan Penentuan Harga Jual Produk. *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Halimah, H., & Lilyana, B. (2021, September). Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Menggunakan Bandicam Dalam Masa New Normal Bagi Guru SDIT Insantama. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 1-6).
- N. Yuwita, Sri Astutik, Siti Badriyatul, and Sri Rahayu, “Pendampingan Legalitas Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Sistem Online Single Submission Di Desa Lemahbang Kecamatan Sukorejo,” *Khidmatuna J. Pengabdian. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 41–48, 2021, doi: 10.51339/khidmatuna.v2i1.322.
- Setiawati, S. D., Fitriawati, D., Retnasary, M., & Yelifa, I. R. (2019). Pesan Pemasaran Senjata Untuk Membangun Digital Branding. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, no. 4(7): 131–151.
- Tabroni, & Komarudin, M. (2021). Strategi Promosi Produk Melalui Digital Branding Keputusan Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, no. 4(1): 49–57. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2217>
- Y. F. dan M. P. Tri Nur Fadilah, “Sosialisasi Pembuatan Nib Kepada Pelaku Umkm Di Dusun Kalangan, Candisari, Secang,” vol. 1, no. 2, pp. 175–182, 2021.
- Yunus, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pengembangan Dan Pelatihan E-Commerce Hasil Kerajinan Napi Perempuan Lapas Way Hui Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 35-42.
- Swissia, P. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Desa Cilimus Kecamatan Teluk Pandan Melalui Pengembangan Umkm. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(1), 73-80.
- Kusuma, R. D., Sutjipto, S. S. U., Sujana, S., & Maretha, H. A. (2020). Pelatihan Optimasi Media Sosial Untuk Peningkatan Omzet UMKM. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 215-222.
- Fachmy, R. N., Barkah, C. S. A., Herawaty, T., & Aulina, L. (2021). Strategi Optimalisasi Media Sosial Melalui Konten Humor dalam Peningkatan Penjualan Produk UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Toko Sikece). *JEMMA (Journal of Economic, Management and*

Accounting), 4(2), 183-194.
Widiati, E., Levyda, L., & Ratnasari, K. (2021). Optimalisasi Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Bisnis Bagi Umkm Di Bangka Belitung. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 4(2).