

PENINGKATAN MANAJEMEN USAHA OLAHAN BELIMBING BERBASIS DIGITAL MARKETING PADA UMKM RASADEWA INDONESIA DEPOK

Sunarti¹, Dewi Ayu Nur Wulandari², Taat Kuspriyono³, Mohamad Ardana², Ghufran Faishal Yusuf², Syafina Anwar², Amandasyifa Syam²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi Kampus Kota Bogor, Fakultas Teknik dan Informatika

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bina Sarana Informatika

Email: sunarti.sni@bsi.ac.id¹

Abstract. *The initial idea for the UMKM business, Rasadewa Indonesia Depok, saw the potential for starfruit to be used as a souvenir typical of the city of Depok. There are no processed food/beverage products made from star fruit and the starfruit icon typical of Depok city, which must be preserved and maintained, and rich in vitamin B. The types of processed products are dodol, juice, syrup, chips, jam, jam pie, chili sauce and tengteng, various variants, sizes and flavors. The problem with partners is that the reach of the marketing network is not wide, partners market their products conventionally by opening displays at home, consigning to shops, participating in exhibitions/bazaars, lack of knowledge to develop their business and not optimally mastering limited digital marketing/optimization of social media. The aim of the activity is to utilize science and technology to empower the community to improve the management of starfruit processing businesses for the creation of community welfare. The solution is to create a digital marketing website <https://rasadewa.id/>, and develop business management. The method used is learning by doing, starting with direct observation of the field, monitoring and evaluating the results of the training that has been carried out. The stages of implementation are analyzing the situation and conditions of field surveys, collecting data and classifying problems, discussing with partners, socializing partnerships, preparing for transfer of appropriate technology by creating a digital marketing website, providing guidelines for using the website, training, simulation and website assistance, business management, as well as monitoring, evaluating and continuing community service activities.*

Keywords: *SMEs, Digital Marketing, Processed Carambola*

Abstrak. Ide awal usaha UMKM Rasadewa Indonesia Depok melihat potensi buah belimbing dijadikan oleh-oleh khas kota Depok, belum ada olahan produk makanan/minuman berbahan buah belimbing dan belimbing icon khas kota Depok harus dilestarikan dan dipertahankan, serta kaya akan vitamin B. Jenis olahannya dodol, jus, sirup, keripik, selai, pie selai, sambel dan tengteng, berbagai variasi, ukuran dan rasa. Permasalahan mitra jangkauan jaringan pemasaran belum luas, mitra memasarkan produknya secara konvensional dengan membuka display di rumah, konsinyasi ke toko-toko, mengikuti pameran/bazar, minim pengetahuan untuk mengembangkan usahanya dan belum maksimal menguasai limited digital marketing/optimalisasi media sosial. Tujuan kegiatan memanfaatkan IPTEK pemberdayaan masyarakat peningkatan manajemen usaha olahan buah belimbing demi terciptanya kesejahteraan masyarakat. Solusinya membuat website digital marketing <https://rasadewa.id/>, dan pengembangan manajemen usaha. Metode yang digunakan *learning by doing*, diawali peninjauan langsung lapangan, monitoring dan evaluasi dari hasil pelatihan yang sudah terlaksana. Tahapan pelaksanaannya adalah analisa situasi dan kondisi survei lapangan, pengumpulan data dan klasifikasi permasalahan, berdiskusi dengan mitra, sosialisasi kemitran, persiapan transfer teknologi tepat guna dengan membuat website digital marketing, menyediakan panduan penggunaan website, pelatihan, simulasi dan pendampingan websitenya, manajemen usaha, serta adanya monitoring, evaluasi dan keberlanjutan kegiatan pengabdian.

Kata kunci : *UMKM, Digital Marketing, Olahan Belimbing*

PENDAHULUAN

Internet sebuah teknologi semakin berkembang, dikenal dan dipergunakan oleh setiap orang. Pada awalnya, internet dipergunakan di komputer. Sekarang sudah bisa

dipergunakan di semua perangkat yaitu smartphone dan tablet. Kelebihan dari internet dipergunakan dalam pembuatan dan penggunaan website sebagai media digital marketing (Rahayu Pancaningsih et al., 2022) (Maharani et al., 2021).

Digital marketing menjadi sebuah pemecah masalah efektif Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam Pengembangan jaringan pemasaran untuk dikenal luas bagi masyarakat. Digital marketing memungkinkan pelanggan atau pembeli untuk mengetahui tentang produk atau melalui internet dimana penjual atau pemilik usaha dapat berinteraksi tanpa batasan waktu dan tempat (Abdurrahman et al., 2020). Digital Marketing menjadi media untuk pemasaran mempunyai potensi efektif dan mendukung kegiatan pemasaran (Ratna Gumilang, 2019). Penggunaan teknologi informasi dalam penggunaan media digital sangat membantu tiap orang dalam pelaksanaan aktivitasnya (Sodiq & Mahmudi, 2022). Dimana UMKM mempunyai peranan begitu penting untuk mendorong keseimbangan kesejahteraan masyarakat dan menjadi tulang punggung perekonomian bagi Indonesia. Hal ini tercermin dari proporsi UMKM yang mencapai 99,99 persen dari seluruh pelaku usaha di Indonesia (Veranita et al., 2018).

Depok memiliki kekayaan budaya, salah satunya adalah budaya kuliner yang dapat dijumpai di wilayah kota Depok (Sunarti, 2020). Budaya kuliner berupa makanan dan minuman dilakukan melalui secara tradisional dengan berbasis pada kearifan lokal. Kearifan lokal (*local wisdom*) dapat diartikan sebagai tindakan pemberi solusi yang dilakukan oleh masyarakat lokal guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Kuliner Depok dari makanan yang menjadi kearifan lokal kota Depok adalah olahan buah belimbing. Dengan beragam olahan dari buah belimbing Depok dikenal dengan kota Belimbing. Tingkat kreatif para UMKM kota Depok sangat tinggi dan dapat berinovasi dengan produk-produk yang dihasilkan.

Kegiatan pengabdian masyarakat berada di lokasi mitra yaitu di perumahan Pesona Gaharu Blok A No 3 Bedahan, Sawangan kota Depok. Mitra kegiatan PKM ini adalah UMKM RasaDewa. Awal usaha olahan buah belimbing ini adalah pada tahun 2009, lingkungan dekat dengan sentra lahan petani buah belimbing dewa. Pada tahun tersebut berinisiatif membuat kelompok usaha bersama (KUB) olahan belimbing dengan nama KUB Harapan Sejahtera

Abadi. Pada tahun 2011 terbentuknya usaha perorangan bernama RasaDewa Indonesia dengan brand produk RasaDewa. Jenis belimbing yang digunakan adalah belimbing dewa merupakan belimbing bentuknya besar mencapai 15 cm dengan diameter 10 cm dan daging buahnya yang manis dan padat berisi (Sulchan et al., 2019). Ide awal usaha, mitra melihat potensi buah belimbing dapat dijadikan oleh-oleh khas kota Depok, belum ada olahan produk makanan ataupun minuman berbahan buah belimbing dan buah tersebut merupakan icon khas kota Depok yang harus dilestarikan dan dipertahankan serta tinggi kandungan flavonoid, serat, dan vitamin B (Rauf et al., 2017). Jenis olahan dari buah belimbing mitra seperti dodol, jus, sirup, keripik, selai, pie selai, sambel dan tengteng, dengan berbagai variasi, ukuran dan rasa.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah jangkauan jaringan pemasaran belum luas, mitra memasarkan produknya secara konvensional (Putra et al., 2018) (Manuharani et al., 2022) dengan membuka display di rumah, konsinyasi ke toko-toko, mengikuti pameran/bazar (Hidayati et al., 2020), dan belum maksimal untuk dijadikan media promosi, masih minim pengetahuan mitra untuk mengembangkan usahanya (Widiastuti et al., 2023). Mitra belum maksimal menguasai *limited* digital marketing/optimalisasi media sosial (Chandra & Andrew, 2019).

Target luaran kegiatan adalah peningkatan Pengetahuan dan keterampilan pada: manajemen usaha, digital marketing 89%, penerapan Ilmu Pengetahuan dan teknologi melalui peningkatan penggunaan teknologi tepat guna yang ditransfer ke mitra 95%.

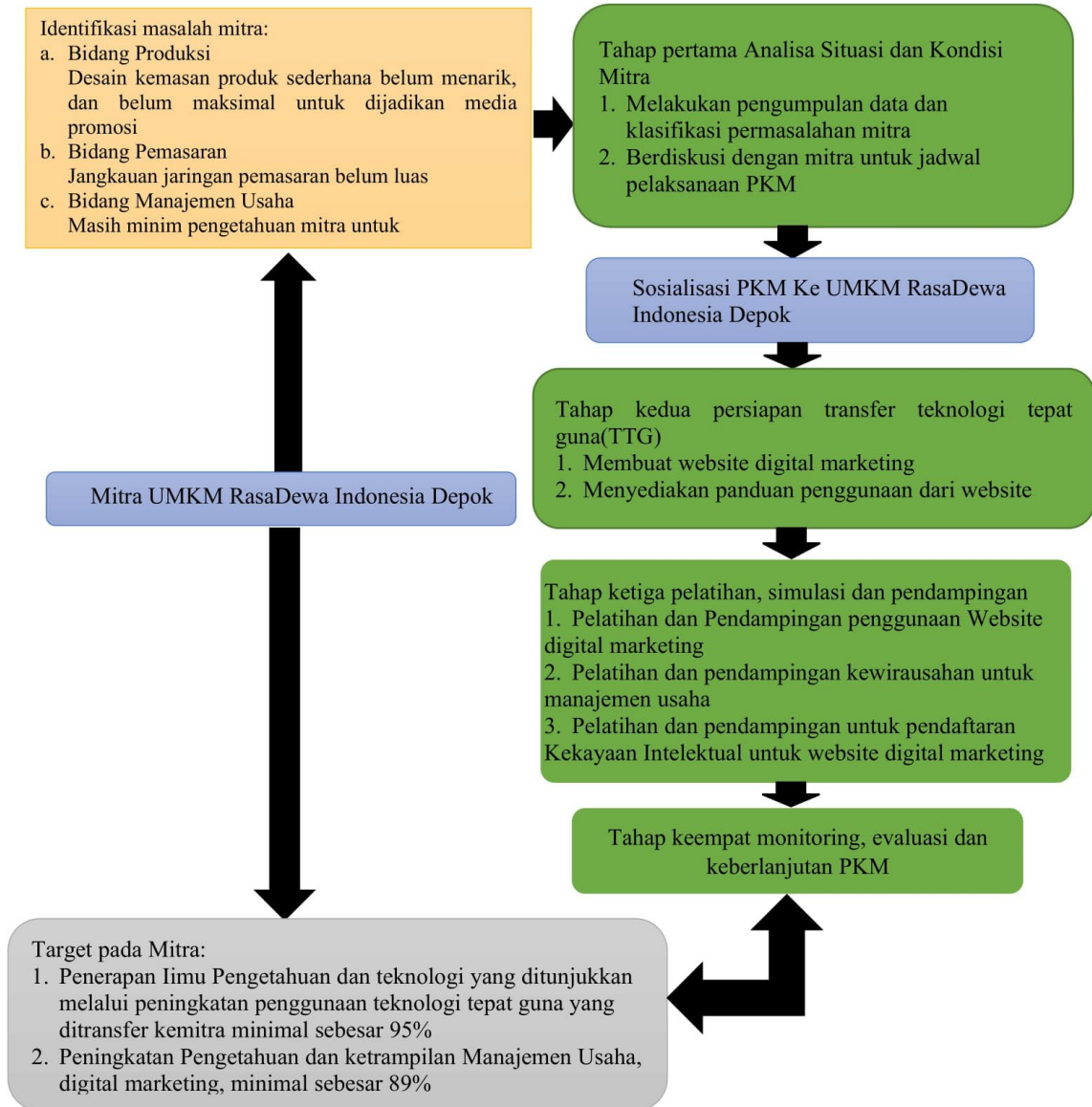
Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memanfaatkan IPTEK pemberdayaan masyarakat untuk peningkatan manajemen usaha olahan buah belimbing demi terciptanya kesejahteraan masyarakat, dengan menggunakan digital marketing. Digital marketing sebagai strategi pemasaran sangat mudah diterapkan karena memiliki jangkauan yang luas dan segmentasi pasar yang besar serta disajikan dalam berbagai media dengan biaya dan tenaga yang minimal (Khairunnisa, 2022)

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada lokasi Ruang pertemuan, Sekolah Bina Mulia Pasir Putih Sawangan. Kegiatan dilaksanakan pada minggu, 23 Juli 2023, dimana kegiatan berlangsung dari pukul 08:00 hingga 12:00 WIB. Acara ini dihadiri oleh mitra dengan berjumlah 10 peserta dan para mahasiswa. Materi acara terdiri dari sosialisasi mengenai tata cara menggunakan situs web digital marketing <https://rasadewa.id/>. Metode yang dipergunakan adalah metode *learning by doing* (Sunarti et al., 2019), yaitu metode melalui pelatihan, simulasi, pendampingan untuk diskusi yang diawali peninjauan langsung kelapangan, monitoring dan evaluasi dari hasil pelatihan yang sudah terlaksana. Untuk mendukung kegiatan

masyarakat diperlukan komputer, proyektor dan modul untuk memudahkan penyampaian materi workshop oleh para narasumber, dan dilanjutkan peserta melakukan akses website tersebut. Dimana sebelum dan sesudah pelatihan, para peserta mengisi kuisisioner yang disiapkan oleh tim dengan tujuan mengukur pemahaman para peserta tentang pengetahuan penggunaan teknologi tepat guna(TTG) yang sudah ditransfer ke mitra dan pelatihan, simulasi serta pendampingan terhadap website digital marketing.

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini adalah sosialisasi, pelatihan, pendampingan, evaluasi, simulasi, monitoring dan berkelanjutan. Untuk tahapan tersebut adalah seperti berikut ini:



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian

Tahapan-tahapan pada metode pelaksanaan adalah dengan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, evaluasi, simulasi, monitoring dan berkelanjutan. Tahapan-tahapannya dalam kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

A. Tahap Pertama analisa situasi dan kondisi mitra

Beberapa hal yang dilakukan pada tahap pertama analisa situasi dan kondisi mitra adalah:

1. Melakukan pengumpulan data dan klasifikasi pemasalahan mitra

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi kemitra kemudian dilakukan analisa permasalahan dan kebutuhan mitra sasaran.

2. Berdiskusi dengan mitra untuk jadwal pelaksanaan PKM

Berdiskusi atau focus group discusion(FGD) memberikan kesepakatan pelaksanaan kegiatan PKM

B. Tahap kedua persiapan transfer teknologi tepat guna (TTG)

1. Membuat website Digital Marketing

Pemasaran produk yang efektif saat ini menggunakan media digital. Sebuah website menjawab kebutuhan mitra terkait pemasaran dari produk olahan buah belimbing. Untuk membuat website disiapkan bahasa pemrograman menggunakan *My Structured Query Language*(MYSQL) PHP, HTML, Css. Dengan databasenya Xampp.

2. Menyediakan panduan penggunaan website

C. Tahapan ketiga pelatihan, simulasi dan pendampingan

1. Pelatihan dan pendampingan penggunaan website digital marketing

Diera digital ini diperlukan website digital marketing untuk dapat mengenalkan hasil olahan buah belimbing. Dengan menjangkau luas masyarakat maka produk dari buah belimbing akan dikenal dan tercipta kesejahteraan masyarakat petani belimbing.

2. Pelatihan dan pendampingan kewirausahaan untuk manajemen usaha

Kewirausahaan artinya aktivitas

membangun usaha untuk menciptakan produk baru dengan cara yang kreatif dan inovatif. Adanya pelatihan kewirausahaan bertujuan untuk mengembangkan *soft skill* kemitra, membekali dengan jiwa wirausaha yang kuat, mampu memanfaatkan kemajuan teknologi serta meningkatkan pengetahuan dan keterampilan manajemen sesuai kebutuhan lingkungan bisnis. Kewirausahaan sangat erat hubungannya dengan manajemen usaha

3. Pelatihan dan pendampingan untuk pendaftaran kekayaan intelektual untuk website digital marketing

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan sebuah karya terlahir daripada kemampuan intelektual manusia baik dari curahan tenaga, pemikiran dan daya cipta, rasa beserta karsanya yang sudah sewajarnya untuk diamankan dengan menumbuhkembangkan pada sistem perlindungan hukum atas kekayaan tersebut.

D. Tahap Keempat monitoring, evaluasi dan keberlanjutan

Tahapan ini dilakukan dengan monitoring dan mengevaluasi kegiatan PKM melalui pemberian kuesioner sebagai umpan balik dari kegiatan tersebut. Tujuan dari kuesioner yang diberikan adalah untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pengetahuan, keterampilan dan pendapatan mitra setelah diadakan pelatihan-pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *learning by doing* melalui pelatihan, simulasi, pendampingan hingga diskusi. Kegiatan pengabdian ini juga terlaksanan adanya partisipasi mitra. Sangat diperlukan dukungan dari mitra untuk kegiatan ini dari awal sampai akhir, hingga ke program keberlanjutan dan mitra memberikan data dengan valid untuk keperluan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, bentuk pelaksanaan kegiatan masyarakat ini dengan cara:

a. Tutor pelatihan penggunaan program digital marketing <https://rasadewa.id/>. Dengan menjelaskan dari menu-menu apa saja yang ada dalam website tersebut. dalam kegiatan tersebut dengan peserta 10 orang, untuk penjelasan mengenai website tersebut dibantu menggunakan proyektor, dan modul berbentuk panduan penggunaan website

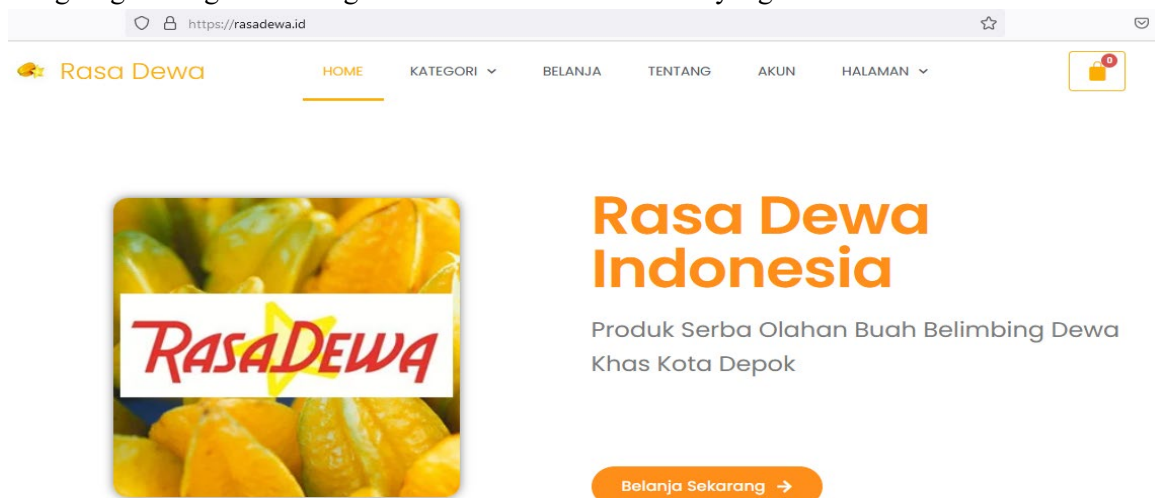
digital marketing. Selain itu tim pengabdian untuk memudahkan peserta membuat panduan berbentuk video dari penggunaan website digital marketing tersebut. Dengan didukung media yang disediakan peserta pengabdian lebih cepat memahami untuk materi yang disampaikan.



Gambar 2. Kegiatan sosialisasi penggunaan website digital marketing

b. Peserta melakukan praktek langsung dengan menggunakan ponsel. Saat ini rata-rata semua orang mempunyai ponsel. Saat tutor melakukan pelatihan dengan ponsel, peserta langsung mengikuti dengan baik. Tutor

memberikan tataran penggunaan website digital marketing hingga pembuatan laporan. memastikan saat melakukan daftar awal mempunyai alamat email yang aktif.



Gambar 3. Tampilan awal website digital marketing

c. Evaluasi pada kegiatan pengabdian masyarakat Tujuan dilakukan evaluasi adalah mengetahui kemampuan mitra dalam mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan. Selama masa pendampingan berlangsung

mitra dapat bertanya dan berdiskusi dengan tim pengabdian. Proses evaluasi dilakukan untuk menjawab dari permasalahan mitra tersebut. Untuk hasil evaluasi dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Hasil evaluasi kegiatan

Kegiatan	Luaran
Pengetahuan penggunaan teknologi tepat guna(TTG) yang sudah ditransfer ke mitra	Penerapan Ilmu Pengetahuan dan teknologi yang ditunjukkan melalui peningkatan penggunaan teknologi tepat guna yang ditransfer kemitra minimal sebesar 95%
Pelatihan, simulasi dan pendampingan terhadap website digital marketing	Peningkatan Pengetahuan dan keterampilan Manajemen Usaha, digital marketing, minimal sebesar 89%

SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan penggunaan program website digital marketing sebagai bagian dari kegiatan PKM berjalan dengan lancar dan para mitra mampu menerapkan 95% penggunaan teknologi tersebut. Melalui kegiatan yang dilakukan dapat menawarkan solusi dan menjawab permasalahan mitra khususnya pemasaran dari hasil olahan dari buah belimbing. Website digital marketing membuat hasil olahan buah belimbing dari UMKM RasaDewa Indonesia Depok dapat dikenal luas oleh masyarakat tanpa adanya batas ruang dan waktu. Website digital marketing <https://rasadewa.id/> yang dibuat membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital sebesar 89% dan dapat meningkatkan pendapatan UMKM tersebut. Untuk program website yang sudah ada, sebaiknya disediakan metode pembayaran yang bisa diproses secara virtual, ditambah Gojek atau Grab untuk kurirnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih penulis penulis 1)Direktorat Jendral Pendidikan Vokasi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia yang sudah mendanai kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) melalui program hibah tahun anggaran 2023 2) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bina Sarana Informatika atas dukungan dan bantuan dalam pelaksanaan PKM 3) Mitra kegiatan ini Ibu Lejar Tri Ayunita sudah menyambut baik, dan memberikan ijin untuk terlaksananya kegiatan PKM, dan 4) Tim Pengabdian antaralain: dosen dan mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Kampus Kota Bogor.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y.,

- & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Chandra, S., & Andrew, R. (2019). Peran Media Sosial Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Di Sebuah Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta Barat. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 521. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v2i2.2980>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5, 98–102. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN/article/view/109%0Ahttp://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN/article/viewFile/109/92>
- Maharani, D., Helmiah, F., & Rahmadani, N. (2021). Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v1i1.130>
- Manuharani, Ayu, Kencanawati, & Narti. (2022). Perbandingan Efektivitas Digital Marketing Dengan Konvensional Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk UMKM (Studi Kasus: Kuta Metelu Herbal). *Repository Politeknik Negeri Bali*, 1–10.

- <https://repository.pnb.ac.id>
- Putra, R. T., Salsabila, N. E. S., Al Azhar, M. A. M., & Adhinata, F. D. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Internet Di Media Sosial. *Liquidity*, 2(1), 80–86. <https://repository.pnb.ac.id>
- Rahayu Pancaningsih, Shalli Habiibika Baaq, Risqa Nurul Latifah, Ananda Nur Wahit, Mellyza Dwi Handayu, Erlin Rahmawati, Vanya Divka Putri Maharani, Monica Farissa Zain, & Aris Prio Agus Santoso. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Pada Online Shop Kumara Store Di Sukoharjo. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(4), 134–148. <https://doi.org/10.30640/digital.v1i4.408>
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Rauf, R., Susila, I., Priyono, K. D., Farmasi, F., Surakarta, U. M., Utara, S., Timur, S., Selatan, S., & Barat, S. (2017). Pengembangan Produk Olahan Berbasis Belimbing Manis (*Averhoa carambola L.*) Di Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin & Call Pappers Unisbank Ke-3*, 317–323.
- Sodiq, F., & Mahmudi, A. A. (2022). Penerapan Teknologi Informasi Untuk Pemberdayaan Tim Penggerak PKK Desa Waru Rembang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 165–176. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.12041>
- Sulchan, Alfi, A., Utami, Dyah Panuntun, Windani, & Isna. (2019). Persepsi Petani Terhadap Risiko Budidaya Belimbing. *Surya Agritama*, 8, 27–38.
- Sunarti, S. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Wisata Kuliner Di Wilayah Kota Depok Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW). *Jurnal Eksplora Informatika*, 9(2), 105–110. <https://doi.org/10.30864/eksplora.v9i2.323>
- Sunarti, S., Rachmawati, S., & Handayanna, F. (2019). Peningkatan Pendapatan Ukm Pada Hacord Gallery Dengan Aplikasi Web Marketplace E-Commerce. *Jurnal Terapan Abdimas*, 4(2), 166. <https://doi.org/10.25273/jta.v4i2.4840>
- Veranita, M., Syahidin, Y., & Gunardi, G. (2018). Mengembangkan Ukm Melalui Pelatihan Internet Marketing Di Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1(1), 41–48. <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i1.461>
- Widiastuti, C. T., Universari, N., & N.S.S, R. L. P. (2023). Pemberdayaan Melalui Edukasi Kewirausahaan Dan Pembukuan Keuangan Bagi UKM Gerai Kopimi Kelurahan Mlatiharjo Semarang. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.34312/ljpm.v2i1.17071>