

## SOCIAL MEDIA MARKETING PADA UMKM MAKANAN “SAIQA” DI KABUPATEN KUDUS

**Esti Wijayanti<sup>1</sup>, Rizkysari Meimaharani<sup>2</sup>**

Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muria Kudus, Indonesia<sup>1),2)</sup>

email: [esti.wijayanti@umk.ac.id](mailto:esti.wijayanti@umk.ac.id)<sup>1)</sup>; [rizky.sari@umk.ac.id](mailto:rizky.sari@umk.ac.id)<sup>2)</sup>

Dikirim: 22, 07, 22	Direvisi: 03, 10, 2022	Diterbitkan: 11, 10, 2022
---------------------	------------------------	---------------------------

### Abstrak

Banyaknya penjualan makanan karena tuntutan kebutuhan produsen maupun konsumen. Persaingan membuat banyak strategi diciptakan untuk mendorong cara memasarkan produk. Sesuai permasalahan ini, maka dalam pengabdian ini dilakukan penjualan produk makanan UMKM secara *online* baik melalui *intragram* maupun *blog*. Dengan adanya pemasaran secara *online* diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk Saiqa. Metode yang digunakan untuk solusi penyelesaian masalah adalah dengan bimbingan teknologi, tahapan pertama analisis keadaan masyarakat, studi literature, analisis kebutuhan system, perancangan system dan pendampingan pembuatan e-market untuk memperluas jaringan usaha dengan menggunakan social media. Hasil dari pengabdian ini UMKM dapat mengimplementasikan teknologi dan berdampak pada hasil penjualan yang meningkat.

**Kata Kunci:** Saiqa, UMKM, *online*

### Abstract

*The large of food sales is due to the guidance of the needs of producers and consumers. so competition, many strategies were created to encourage how to market products. In accordance with this problem, in this service, the sale of MSME food products is carried out online both through intragam and blogs. With online marketing, it is expected to increase sales of Saiqa products. The methods used for the solution of problem solving are with technological guidance, the first stage of analysis of the state of society, the study of literature, system needs analysis, system design and assistance in making e-markets to expand business networks using social media. As a result of this service, MSMEs can implement technology and contribute to increased sales results.*

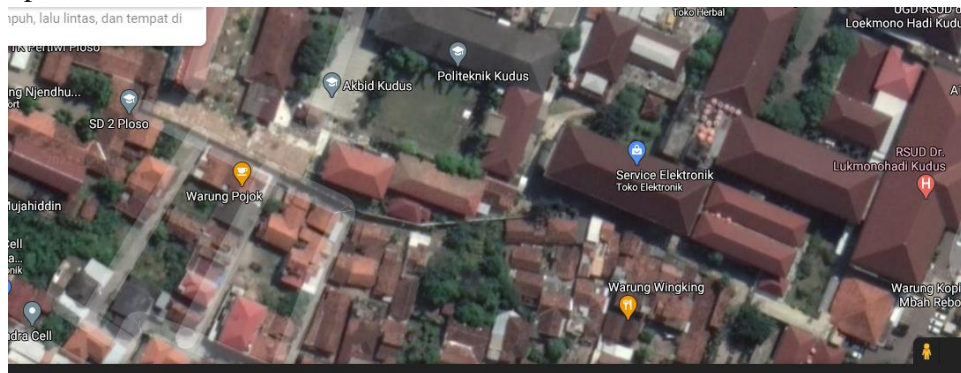
**Keywords:** Saiqa, UMKM, *online*

## PENDAHULUAN

UMKM Makanan “Saiqa” ada didaerah Ploso Kabupaten Kudus. UMKM ini sudah memiliki 3 orang karyawan untuk memproduksi makanan miliknya. Tiap karyawan mampu membuat lebih dari 50 pcs harinya. Proses produksi yang dilakukan oleh UMKM makanan “Saiqa” ini dilakukan berdasarkan makanan yang ditawarkan dan permintaan kosumen. Model penjualan yang dilakukan yaitu langsung disetorkan ke pasar-pasar lokal, diantaranya di wilayah Kudus, Demak, Semarang, dan sekitarnya, Di Kudus banyak sekali masyarakat yang menekuni industri pembuatan makanan. Kondisi seperti ini, bisa dijadikan sebuah peluang

ataupun tantangan tersendiri bagi UMKM makanan “Saiqa”. Menjadi sebuah tantangan karena banyak pesaing di wilayah sekitarnya. Oleh karena itu, selain kualitas makanan yang baik, juga dibutuhkan adanya penciri khusus dari produk makanan yang dihasilkannya sehingga tingkat penjualannya bisa meningkat. Pemanfaatan teknologi informasi untuk menunjang kegiatan pada penjualan UMKM makanan “Saiqa” ini pun belum dilakukan secara maksimal (Wijayanti, 2019). Hal tersebut dapat dilihat dari kegiatan promosi dan penjualan yang masih dilakukan secara konvensional, yaitu dengan mendistribusikan produknya langsung ke pasar-pasar tradisional dan melalui media whatApps.

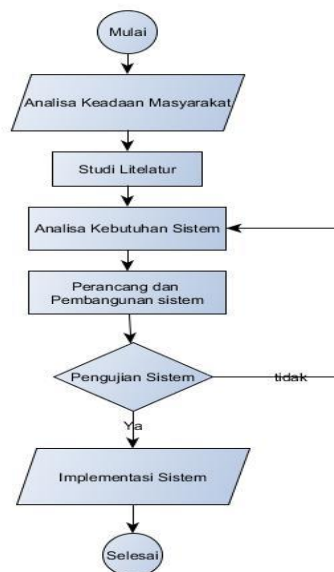
Tujuan utama dari penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari menjual makanan Saiqa pengelolaan yang baik dan juga mengharapkan keuntungan yang sebesar-besarnya (Sari, 2017). Lokasi UMKM Saiqa ini terletak pada pinggir jalan didesa Ploso, yaitu di dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1:** Lokasi Saiqa

## METODE

Berikut ini bagan alir langkah-langkah pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat penerapan teknologi informasi (gambar 2).



**Gambar 2:** Flowchart pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Adapun metode waktu untuk pelaksanaan PKM ini adalah 3 bulan dan dilaksanakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah :

1. Analisa Keadaan Masyarakat produk Saiqa  
Merupakan pengusaha rumah yang jauh dari sentuhan teknologi informasi, sehingga cara pemasaran dan bertransaksi masih konvensional yaitu bertemu langsung dengan calon penjual atau pembeli.
2. Studi literatur  
Untuk memperkuat ide yang sudah ada maka kami melakukan studi literature dari buku-buku, artikel-artikel baik dari internet maupun jurnal ilmiah serta data-data produk Saiqa di Desa plosa.
3. Analisa kebutuhan sistem  
Berdasarkan keterangan dari pengusaha tersebut kegiatan pemasaran masih dilakukan dengan cara konvensional, belum ada penerapan teknologi. Dengan cara manual maka otomatis penjualan akan sedikit karena hanya mengandalkan konsumen datang. Oleh karena itu harus diterapkan sebuah sistem informasi yang dapat memudahkan proses penjualan dengan media social internet.
4. Perancangan dan Pembuatan Sistem  
Merancang sistem sesuai dengan kebutuhan produk makanan, untuk memasarkan barang melalui internet (Pressman, 2010).
5. Pengujian sistem  
Pengujian ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa kinerja masing-masing sistem dari hasil pembuatan perangkat keras maupun perangkat lunak dapat berfungsi sesuai dengan yang diharapkan.
6. Pendampingan dan sosialisasi  
Kami melakukan pengujian, pendampingan serta sosialisasi kepada UMKM Saiqa yang dihadiri oleh *owner* langsung sehingga dapat menggunakan dan memaksimalkan sistem tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Iptek bagi masyarakat dan implementasinya pada produk makanan Saiqa untuk memasarkan barang kepada *customer* ini merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan sebagai salah satu bentuk pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini dilaksanakan selama empat (4) kali pertemuan yaitu:

- a. Pertemuan pertama dengan materi pengenalan secara keseluruhan tentang peranan teknologi informasi komputer kepada mitra pengusaha,.
- b. Pertemuan kedua dengan materi tahap-tahap mengenal internet dan pengelolaan website, serta langkah-langkah pemasaran pertemuan
- c. Pertemuan ketiga dengan materi praktek mengoperasikan internet dan *e market*, yang dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3: Materi praktek**

d. Pertemuan ke empat (4) evaluasi.

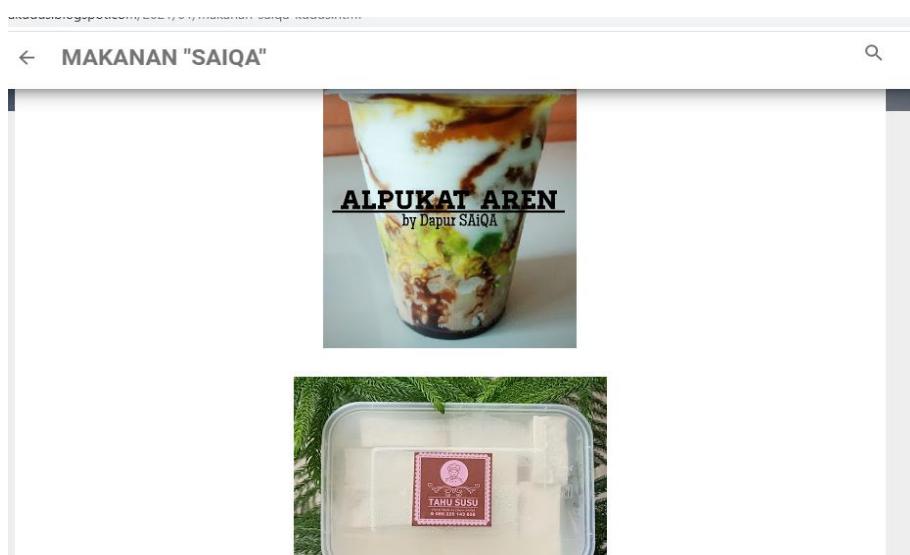
Hasil kegiatan diperlukan adanya upaya untuk mengatasi kendala–kendala yang ada sehingga pengusaha dapat meningkatkan pendapatan. Untuk itu melalui kegiatan pengabdian ini ada beberapa program yang perlu diterapkan :

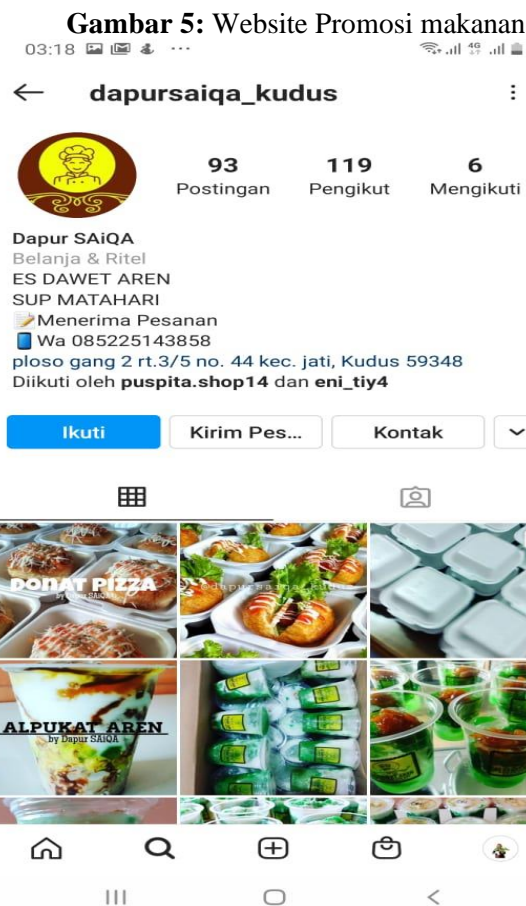
- a. Memberikan kemudahan bagi mitra pengusaha dalam berkomunikasi dengan konsumen.
- b. Dapat diterapkan dengan teknologi sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan.
- c. Melakukan pendampingan dengan penerapan media sosial sebagai sarana pemasaran jual beli secara *online*.
- d. Dengan teknologi internet ini dapat melakukan proses pemasaran tanpa didampingi oleh pakar IT (Jhonsen, 2004).

Sedangkan hasil luaran dari teknologi tepat guna adalah *Software* aplikasi media marketing yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pemasaran pengusaha dan *customer*. Berikut ini adalah hasil aplikasi yang sudah diimplementasikan.



**Gambar 4: Website promosi**





**Gambar 6:** Instagram Saiqa

Untuk mengatasi masalah yang dihadapi UMKM Saiqa yaitu dalam hal pemasaran kami tim pengabdian masyarakat memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah memberi wawasan tentang ipteks untuk memasarkan produk makanan Saiqa, yaitu menerapkan teknologi tepat guna yang di butuhkan UMKM berupa sosial media content marketing yang membutuhkan pendampingan serta penguatan akan proses produksi. Pemecahan solusi pada proses penjual agar dapat menjual barang tanpa harus bertatap muka. Dari sisi tingkat pencapaian tim PKM yang diperoleh hasil yang memuaskan karena media dapat digunakan oleh UMKM Saiqa dan menghasilkan peningkatan penjualan.

## SIMPULAN

Pemilik UMKM Saiqa sangat berterima kasih karena tim pengabdian sudah memberikan *insight* untuk permasalahan yang dihadapi oleh *Owner* aplikasi yang diterapkan juga berdampak pada penjualan, yang sebelumnya menggunakan aplikasi mengalami penurunan dan sekarang setelah menggunakan aplikasi jadi bertambah penghasilannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- 
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2016), Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia.
- Belch, G. E., & Belch, M. a. (2003). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. Learning, 4th, 668.
- Jhonsen, Web Designer untuk Pemula (2004), PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Pressman, Roger S (2010), Software Engineering: A Practioner's Approach", Fifth Edition, MacGraw-Hill International Editions.
- Pressman, RS, (2015), Rekayasa Perangkat Lunak , Pendekatan Praktisi Buku, Jogjakarta, Andi.
- Sutejo, B. (2006). Internet Marketing: Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran. Jurnal Manajemen, 6(1), 41–57.
- Wang Y., Millet B., James L. Smith, (2016), Designing wearable vibrotactile notifications for information communication, Internasional. Jurnal Human-Computer Studies, 24-34.
- Wijayanti E., Riadi A.A., (2018), Penerapan Algoritma Learning Cycle Untuk Evaluasi Hasil Belajar Siswa Dengan Parental Notification, Jurnal UPGRIS.
- Wijayanti E., Latubessy A., (2021), Sistem Pembelajaran Online Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Pembelajaran di Tengah Pandemi Covid 19, Jurnal Bianglala Informatika, 24-28
- Wijayanti, E., Latubessy A., (2019) Teknologi Android Untuk Monitoring Hasil Belajar Anak Menggunakan Metode Problem Solving, Jurnal Informatika UPGRIS, Volume 5, No.1.