
PENGEMBANGAN UMKM DENGAN MENGIMPLEMENTASIKAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MENGOPTIMALKAN PENJUALAN DI BABI GULING P4T PUTRI

I Putu Edy Arizona^{1,*}, Ni Kadek Dinda Cahyadewi²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email:edyarizona@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan UMKM di era digital menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan mencapai keberhasilan bisnis. Penelitian ini berfokus pada pengembangan UMKM Warung Babi Guling P4t Putri melalui implementasi teknologi digital dalam mengoptimalkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan media sosial terhadap peningkatan penjualan Warung Babi Guling P4t Putri dan mengidentifikasi strategi optimal dalam memanfaatkan platform digital untuk mencapai tujuan bisnis. Tujuannya dengan penggunaan media sosial ini dapat meningkatkan penjualan Warung Babi Guling P4t Putri dengan menjangkau target pasar yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, dan membangun engagement dengan pelanggan. Strategi optimal yang diidentifikasi meliputi pemilihan platform media sosial yang tepat, konten menarik, promosi yang efektif, dan layanan pelanggan yang responsif. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi UMKM lainnya untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai alat untuk meningkatkan daya saing dan mencapai kesuksesan bisnis.

Kata Kunci : UMKM, Teknologi Digital, Media Sosial, Penjualan.

ANALISIS SITUASI

Dijaman sekarang ini, manusia bisa melakukan kegiatan hanya di dalam rumah ataupun di kantor tanpa harus terjun langsung ke lapangan dan berpanas-panasan di jalan. Dengan adanya teknologi internet, manusia dapat melakukan banyak hal seperti bersosialisasi, bertegur sapa dengan teman jauh maupun dekat, membaca buku memperoleh berbagai informasi, bahkan berbelanja secara online. Canggihnya internet pada era digital saat ini dikatakan sangat mudah dan begitu praktis saat di gunakan untuk menjual produk ataupun untuk membeli produk di tengah padatnya kesibukan sehari-hari. Manfaat internet semakin terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet ini.

Berdasarkan yang tertuang dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, pengertian UMKM adalah sebuah bisnis yang dioperasikan oleh pelaku usaha secara individu, rumah tangga, ataupun badan usaha berskala kecil. Banyaknya kompetitor menjadi pertimbangan bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume pendapatan selalu meningkat.

Di era persaingan ini, pelaku UMKM seharusnya melek akan teknologi informasi (TI) karena dengan penerapan digitalisasi juga mendukung UMKM dalam meraih peluang pasar dan konsumen baru. Lalu, dengan bantuan alat dan teknologi digital juga dapat membantu dalam memperkuat stabilitas dan kelangsungan finansial UMKM. Dengan memanfaatkan alat-alat digital, UMKM dapat mengelola keuangan dengan lebih efisien, membantu pemilik usaha mengatur arus kas secara optimal, dan mengurangi risiko ketidakstabilan ekonomi.

Digitalisasi dapat berupa berbagai macam jenis E-commerce yang merajalela saat ini, yang dapat mendukung kegiatan para pelaku UMKM baik itu di marketplace, media sosial atau aplikasi digital lainnya yang mendorong promosi produk UMKM dengan tujuan agar cepat dikenal produknya oleh masyarakat secara luas.

Warung Babi Guling P4T Putri, yang terletak di Jalan Pulau Kawe, adalah sebuah tempat makan yang menawarkan hidangan babi guling yang autentik dan lezat. Meskipun dikenal di kalangan pengunjung lokal yang menghargai kualitas dan cita rasa hidangannya, warung ini belum mendapatkan perhatian luas di kalangan masyarakat yang lebih luas karena kurangnya upaya dalam digital marketing.

Untuk meningkatkan visibilitas, warung ini bisa mempertimbangkan untuk memanfaatkan platform media sosial, membuat situs web yang informatif, atau melakukan promosi melalui layanan ulasan makanan online. Dengan langkah-langkah ini, Warung Babi Guling P4T Putri dapat lebih dikenal dan menarik lebih banyak pengunjung yang ingin menikmati hidangan khas Bali yang autentik dan berkualitas.

PERUMUSAN MASALAH

Setelah melakukan observasi pada Warung Babi Guling P4t Putri yang dilakukan pada tanggal 11 Juli 2024 – 27 Agustus 2024, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

- 1) Kurangnya penggunaan dan pemanfaat digitalisasi.
- 2) Kurangnya pengelolaan dan pengalaman mengenai teknologi dan komunikasi pada bidang pemasaran dan pelayanan yang baik pada sosial media.
- 3) Belum menjangkau target pasar yang luas.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada Warung Babi Guling P4t Putri berlokasi di Jl. Pulau Kawe, Dauh Puri Kauh, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali. Dirumuskan permasalahan seperti di atas, dan adapun solusi yang di berikan terhadap permasalahan yang sedang dihadapi oleh Warung Babi Guling P4t Putri, sebagai berikut:

- 1) Pembuatan Akun Sosial Media Mengembangkan pemasaran dengan melakukan pembuatan akun sosial media seperti Instagram, Facebook dan TikTok. Hal ini dapat meningkatkan pemasaran sehingga meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM dan dapat menjangkau lebih banyak target pasar.
- 2) Pemanfaatan Digital Marketing Selain pemanfaatan sosial media, dengan pemanfaatan digital marketing melalui pendaftaran pada aplikasi Gojek dan Grab juga dapat membantu pemilik usaha dalam menjalankan usahanya. Dan juga Aplikasi ini berguna untuk memasarkan produk jualan dengan efisien dan memudahkan pemilik usaha untuk memasarkan produknya
- 3) Pembuatan Kas Digital
Selain pemanfaatan dalam sosial media dan digital marketing, dengan penggunaan kas digital yaitu aplikasi kasir pintar dapat membantu pelaku UMKM untuk pencatatan tansaksi dan keuangan

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

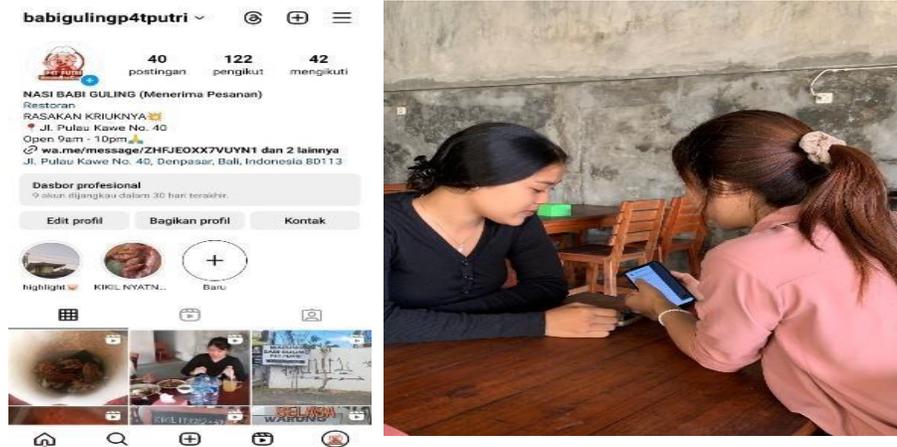
Hal yang menjadi fokus utama adalah pengoptimalan penjualan pada warung Babi Guling P4t Putri. Melalui serangkaian kegiatan yang terencana, program kerja yang dilaksanakan di Babi Guling P4t Putri berhasil mencapai realisasi 100%. Pertama, melakukan observasi ke Warung Babi Guling P4t Putri yang bertempat di Jl. Pulau Kawe, Dauh Puri Kauh, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali.



Gambar 1. Observasi Warung Babi Guling P4t Putri

Kemudian setelah diketahui permasalahannya, dibuatlah program kerja untuk mengatasi hal tersebut. Diketahui disini, warung Babi Guling P4t Putri belum melakukan digital marketing atau pembuatan akun sosial media. Setelah mengetahui masalah

dilanjutkan dengan melakukan pembuatan akun sosial media seperti Instagram, Facebook dan TikTok. Untuk memperluas jangkauan penjualan dan mengefisienkan pembelian, Warung Babi Guling P4t Putri, Pemanfaatan digital marketing juga penting dengan mendaftarkan umkm ke grabfood dan gofood mempermudah pembeli untuk melakukan pembelian dari rumah.



Gambar 2. Pengenalan teknologi digital kepada pemilik usaha

Selanjutnya Pembuatan kas digital dengan aplikasi kasir pintar, dimulai dari pembuatan akun dan menginput nama menu beserta harga pada aplikasi. Dengan menggunakan aplikasi kas digital, UMKM dapat memantau cash flow, mengelola pembayaran, dan membuat laporan keuangan dengan lebih efisien. Ini membantu mengurangi risiko kesalahan dalam pengelolaan keuangan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat, termasuk di dalamnya pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar yang melibatkan berbagai perusahaan sebagai tempat pelaksanaan pengabdian. Salah satunya, penulis melakukan penelitian tentang tingkat penjualan di Warung Babi Guling P4t Putri.

Dari uraian program, dapat dinyatakan bahwa program Pengabdian Masyarakat di Warung Babi Guling P4t Putri telah berjalan lancar. Mahasiswa telah merencanakan program kerja sebelumnya, yang meliputi kegiatan pembuatan dan pengenalan social media dan digital marketing. Hasilnya, dengan adanya social media dan digital marketing ini Warung Babi Guling P4t Putri dapat menjangkau lebih banyak target pasar dan dapat meningkatkan penjualannya. loyalitas pelanggan dapat meningkatkan retensi dan penjualan.

Keberhasilan ini menunjukkan efektivitas upaya peningkatan dan pengoptimalan penjualan pada Warung Babi Guling P4t Putri. Dengan pemanfaatan sosial media dan digital marketing, Warung Babi Guling P4t Putri mampu menarik lebih banyak pelanggan, memperluas target pasar, serta meningkatkan volume penjualan. Ini mencerminkan kemampuan Warung Babi Guling P4t Putri dalam beradaptasi dengan zaman dimana penggunaan social media sebagai sarana yang penting dalam melakukan peningkatan marketing dan meningkatkan efisiensi kegiatan UMKM.

Untuk meningkatkan dan mengoptimalkan penjualan di Warung Babi Guling P4t Putri, langkah-langkah strategis dapat diambil. Pertama, mengadakan sesi pelatihan rutin untuk pelaku UMKM tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran. Fokuskan pelatihan pada keterampilan dasar seperti pembuatan konten yang menarik, pengelolaan akun, serta analisis dan pemanfaatan data. Pelatihan yang baik dapat meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM dan memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat pemasaran. Kedua, menyempurnakan profil media sosial UMKM dengan informasi yang lengkap, termasuk deskripsi bisnis yang jelas, kontak, dan link ke situs media sosial lainnya. Profil yang dioptimalkan memudahkan calon pelanggan menemukan informasi yang mereka butuhkan dan dapat meningkatkan kredibilitas bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z., & Supriyadi, A. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Darmawan, A., & Suryana, A. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Implementasi Teknologi Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Hidayat, R. (2022). Implementasi Teknologi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. <https://doi.org/10.1234/jem.2022.10.2.98112>
- Indonesian Digital Association (2023). Statistik Industri E-Commerce di Indonesia. Diperoleh dari <https://www.id-association.org/statistik-e-commerce>
- Kementrian Koperasi dan UKM (2023). Panduan Implementasi Teknologi Digital untuk UMKM. <https://www.kemenkopukm.go.id/publikasi/panduan-teknologi-digital-umkm>
- Rahmawati, I., & Suharto, S. (2022). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*. <https://doi.org/10.5678/jmb.2022.12.1.45-58>.
- Setyawan, A., & Supriyono, A. (2023). Tantangan dan Peluang UMKM dalam Mengadopsi Teknologi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

- Setyawan, D. (2021). Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. Blog Digital Marketing. Diperoleh dari <https://www.digitalmarketingblog.com/strategi-digital-marketing-umkm>
- Suhardi, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness UMKM. Jurnal Komunikasi dan Media. <https://doi.org/10.1234/jkm.2022.14.1.1-15>
- Supriyanto, A. (2023). Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Era Milenial. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. <https://doi.org/10.1234/jeb.2023.15.2.123-138>