

## Pelatihan Teknologi Informasi Pemasaran Bagi Pelaku UMKM Pemula Di Kecamatan Batununggal Kota Bandung

Tiris Sudrartono<sup>1✉</sup>, Dian Candra Fatihah<sup>2</sup>, Euis Hernawati<sup>3</sup>, Yuyun Yunengsih<sup>4</sup>,  
Irda Sari<sup>5</sup>, Ika Rahman<sup>6</sup>, Andini Kusdi Antini<sup>7</sup>, Siti Insani<sup>8</sup>

<sup>1,8</sup>Program Studi Komputerisasi Akuntansi, Politeknik Piksi Ganesha

<sup>2,3</sup>Program Studi Administrasi Keuangan, Politeknik Piksi Ganesha

<sup>4</sup>Program Studi Manajemen Informasi Kesehatan, Politeknik Piksi Ganesha

<sup>7</sup>Program Studi Analisis Kesehatan, Politeknik Piksi Ganesha

<sup>6</sup>Program Studi Fisioterapi, Politeknik Piksi Ganesha

<sup>5</sup>Program Studi Rekam Medis Informasi Kesehatan, Politeknik Piksi Ganesha

E-mail: [tiris.sudrartono@gmail.com](mailto:tiris.sudrartono@gmail.com) ✉

### Info Artikel:

Diterima : 01 Oktober 2022

Diperbaiki : 20 Oktober 2022

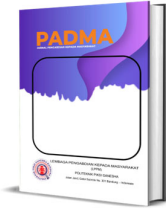
Disetujui : 22 November 2022

**Keywords:** Pelatihan, Teknologi Informasi, Pemasaran, UMKM

**Abstract:** The purpose of this community service activity is to find out the marketing strategy carried out by MSME actors, especially in Batununggal District. One of the marketing strategies carried out is through E-commerce. E-commerce is the process of buying and selling products electronically. E-commerce itself has grown in recent years and is slowly replacing traditional shops. The data analysis technique used in this service is a qualitative descriptive method, namely descriptive does not provide treatment, manipulation or modifiers to the variables studied, but instead describes a condition as it is. The only treatment given is the service itself, which is carried out through observation, interviews and documentation. The results of the service show that MSMEs, especially in the Batununggal District, use marketing strategies through E-commerce and carry out marketing training activities by utilizing information technology.

**Kata Kunci :** Training, Information Technology, Marketing, UMKM

**Abstrak:** Tujuan kegiatan pengabdian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku UMKM, khususnya di Kecamatan Batununggal. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan adalah melalui E-commerce. E-commerce merupakan proses pembelian maupun penjualan produk secara elektronik. E-commerce sendiri semakin



---

*berkembang beberapa tahun belakangan ini dan secara perlahan menggantikan toko tradisional. Teknik analisis data yang digunakan dalam pengabdian ini adalah metode deskriptif kualitatif yaitu deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau pengubah pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah pengabdian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil pengabdian menunjukkan para UMKM khususnya di Kecamatan Batununggal menggunakan strategi pemasaran melalui E-commerce serta dilakukan kegiatan pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi.*

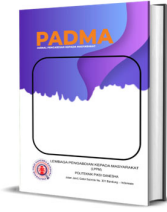
---

## Pendahuluan

Sebagaimana diamanahkan oleh Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 20. Perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat disamping melaksanakan pendidikan dan pengajaran. Sejalan dengan kewajiban tersebut, Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi Pasal 45 menegaskan bahwa penelitian di perguruan tinggi diarahkan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan daya saing bangsa. Dalam pasal tersebut juga ditegaskan bahwa pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan sivitas akademika dalam mengamalkan dan membudayakan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

Salah satu misi yang harus diemban oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Piksi Ganesha adalah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat (PKM). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh LPPM Politeknik Piksi Ganesha terkait dengan dua hal yaitu:

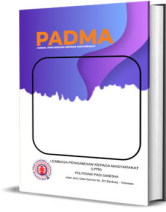
- (1) Sebagai perwujudan peran dan tanggung jawab lembaga perguruan tinggi dalam rangka ikut mencerdaskan kehidupan bangsa
- (2) Sebagai implementasi dan diseminasi kepada masyarakat dari berbagai temuan hasil penelitian/kajian yang dilakukan oleh perguruan tinggi.



Perkembangan zaman yang semakin maju menyebabkan tuntutan teknologi yang sesuai dengannya. Oleh karena itu manusia sebagai pencipta teknologi harus selalu berpikirdan menemukan hal yang bisa menjadi suatu penemuan baru, sehingga dapat bermanfaat bagimanusia dan kehidupannya. Teknologi sendiri tidak dapat lepas dari yang namanyakomunikasi dan perkembangan pengetahuan. Pada bentuknya yang paling sederhana,khususnya pada masyarakat berburu dan meramu dan masyarakat tradisional, pembentukanteknologi lebih didorong oleh tuntutan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Manusia butuh makanan mereka membuat dan mengembangkan tombak dan panah sebagai alatberburu. Namun, dimasa sekarang sudah banyak manusia yang membutuhkan makananhanya tinggal mencari restoran atau rumah makan bahkan dengan menelpon saja.

Perkembangan teknologi disisi lain berdampak dapat mengubah peradaban manusia,yang mulai bergantung pada teknologi. Istilah TI (Teknologi Informasi) atau IT (*Information Technology*) yang populer saat ini adalah bagian dari mata rantai panjang dariperkembangan istilah dalam dunia SI (Sistem Informasi) atau IS (*Information System*). Istilah TI memang lebih merujuk pada teknologi yang digunakan dalam menyampaikan maupun mengolah informasi, namun pada dasarnya masih merupakan bagian dari sebuahsistem informasi itu sendiri. TI memang secara notabene lebih mudah dipahami secara umumsebagai pengolahan informasi yang berbasis pada teknologi komputer yang tengah terus berkembang pesat. Teknologi informasi merupakan alat atau tool dalam sebuah sistem informasi yang dibangun dalam suatu bisnis.

Salah satu contoh adalah bidang persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi ini menuntut perusahaan untuk menyusun kembali strategi dan taktik bisnisnya. Yang kemudian jika dilihat lebih mendalam, ternyata esensi daripersaingan terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat mengimplementasikan proses penciptaan produk dan atau jasanya secara lebih murah, lebih baik, dan lebih cepatdibandingkan dengan pesaing bisnisnya atau menciptakan produk yang berbeda atau unik yang tidak dapat diproduksi oleh pesaing. Sehingga penerapan teknologi informasi dankomunikasi diperlukan dalam dunia bisnis sebagai alat bantu dalam upaya memenangkanpersaingan terutama dalam pemasaran produk atau jasa. Dalam menghadapi persaingan, manajemen



perlu memiliki system informasipemasaran yang terstruktur dengan baik, agar informasi yang diperoleh dapat dianalisissehingga dapat membuahkan tindakan yang dapat merealisasikan peluang serta menghindari ancaman. Sistem informasi pemasaran yang terstruktur dengan baik akan menciptakan keunggulan bersaing yang kuat. Untuk mempertahankan kehidupan jangka panjang perusahaan, informasi memiliki peranan yang sangat penting. Untuk itu manajer pemasaran harus jeli melihat perkembangan tehnologi informasi dan selalu waspada terhadap peningkatan keunggulan bersaing dalam informasi.

### Metode Pelaksanaan

Sejalan dengan Tujuan Perguruan Tinggi dalam melaksanakan Pengabdian Pada Masyarakat, telah diselenggarakan kegiatan berupa Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran melalui *On Line Shop* yang ditujukan bagi Pelaku UKM di Kecamatan Batununggal Bandung dengan melibatkan Dosen Politeknik Piksi Ganesha.

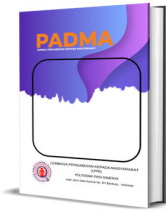
1. Pelatihan penataan kelembagaan dan pengembangan teknologi informasi pemasaran untuk UMKM
2. Setelah mengikuti pelatihan, peserta diharapkan :
  - a. Mampu memanfaatkan teknologi informasi pemasaran dalam proses pengolahan data produksi
  - b. Mampu memanfaatkan media sosial dalam pemasaran hasil produksi
  - c. Mampu mencari informasi untuk penelitian dalam rangka pengembangan proses pemasaran
  - d. Mampu memanfaatkan aplikasi komputer dalam pengolahan data pemasaran.

Materi yang akan diberikan adalah seputar :

1. Pemanfaatan teknologi informasi pemasaran dalam peningkatan kualitas UMKM
2. Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran hasil produksi
3. Pencarian Informasi untuk penelitian marketing
4. Pemanfaatan aplikasi komputer dalam pengolahan data pemasaran

Metode Pelatihan Dan Kebutuhan yaitu dengan presentasi dan diskusi interaktif.

Waktu, jadwal dan tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu:



**JURNAL PADMA**  
**Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**  
**Politeknik Piksi Ganesha**  
**Vol. 02 No. 02 (2022)**

<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>

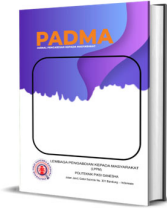
p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905



Hari : Sabtu  
Tanggal : 08 Oktober 2022  
Waktu: pukul : 09.00 – selesai  
Tempat : Aula Kelurahan Kebon Gedang Kecamatan Batununggal.

*Tabel 1. Penjadwalan dan Kegiatan PKM*

| HARI /<br>TANGGAL          | MATERI                                                                                                    | OUTPUT                                                                                                        | PEMATERI                                                                                                  | LOKASI &<br>JUMLAH<br>PESERTA                                                        |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>08 Oktober<br/>2022</b> |                                                                                                           |                                                                                                               |                                                                                                           |                                                                                      |
| <b>09.00 –<br/>10.00</b>   | Pembukaan                                                                                                 |                                                                                                               | 1. Ketua LPPM Politeknik Piksi Ganesha<br>2. Camat Kecamatan Batununggal Bandung<br>3. Lurah Kebon Gedang |                                                                                      |
| <b>08.00 –<br/>12.00</b>   | UKM memahami penggunaan Internet Marketing dan pemasaran Produk memanfaatkan Sosial Media dan Toko OnLine | Peserta memahami penggunaan Internet Marketing dan pemasaran Produk memanfaatkan Sosial Media dan Toko OnLine | Tiris Sudrartono, Dian Candra Fatihah, Euis Hernawati, Yuyun Yunengsih,                                   | 25 orang pelaku UKM<br>Tempat di : Aula Kelurahan Kebon Gedang Kecamatan Batununggal |
| <b>I S T I R A H A T</b>   |                                                                                                           |                                                                                                               |                                                                                                           |                                                                                      |
| <b>13.00 –<br/>17.00</b>   | Peserta mampu                                                                                             | Peserta memiliki Toko Online                                                                                  | Irda Sari, Ika Rahman, Andini Kusdi                                                                       | 25 orang pelaku UKM                                                                  |



---

membangun  
Toko OnLine

Antini, Siti  
Insani

Tempat di : Aula  
Kelurahan Kebon  
Gedang Kecamatan  
Batununggal

---

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat subjek penelitian. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*, yaitu pemilihan tempat pengabdian yang disesuaikan dengan tujuan PKM. Adapun lokasi penelitian yang ditetapkan oleh peneliti yaitu UMKM di Kecamatan Batununggal.

### Hasil dan Pembahasan

Program hasil kerja tim kami adalah aspek manajerial ditargetkan mampu menerapkan fungsi-fungsi planning, organizing, actuating, dan controlling (POAC) dalam kegiatan bisnisnya. Aspek teknologi pemasaran ditargetkan dapat digunakan untuk mendukung kegiatan bisnis. Selanjutnya adalah produk kerja yang akan dilakukan adalah aspek manajerial berupa pelatihan, evaluasi, dan mentoring berkala dan berkelanjutan memperbaiki aspek manajerial. Dalam hal ini mitra berpartisipasi dalam setiap tahapan pemberdayaan, seperti mengikuti pelatihan, evaluasi, dan mentoring selama proses pemberdayaan berlangsung. Setelah program selesai, tim peneliti akan mendampingi dalam mentoring agar pelaksanaan yang sudah dilakukan mendapat dampak signifikan.

Pelaksanaan program yang diawali dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tentang manajerial dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan serta pendampingan aspek manajemen dan aspek teknologi pemasaran, kemudian dilanjutkan dengan tim mengadakan evaluasi setelah kegiatan berlangsung dan hasil. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif di mana berusaha meneliti sebuah fenomena yang terjadi dengan cara memaparkan berupa gambaran tentang suatu kejadian yang diamati oleh peneliti secara jelas, tanpa menggunakan perhitungan statistik. Dengan teknik tersebut peneliti berusaha mendapatkan informasi terkait dengan bagaimana pengaruh media sosial terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Batununggal.

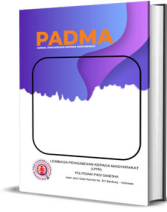




Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan Teknologi Informasi Pemasaran Bagi Pelaku UMKM Pemula Di Kecamatan Batununggal Kota Bandung

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil PKM dapat disimpulkan bahwa UMKM di Kecamatan Batununggal dalam strategi pemasarannya menerapkan atau menggunakan strategi bauran pemasaran atau yang lebih dikenal dengan istilah *marketing mix*. Dalam memasarkan produknya dilakukan melalui strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Strategi produk yang dilakukan oleh UMKM di Kecamatan Batununggal adalah distribusi langsung. Misalnya, dengan melakukan komunikasi pesanan secara langsung ke konsumen dan melayani penjualan langsung dari stok produk yang ada di galeri maupun di tempat usaha. Pelaku UMKM di Kecamatan Batununggal juga sering mengikuti pameran, bazar ataupun *event-event* tertentu. Selain itu, strategi promosi yang dilakukan yakni dengan penjualan perorangan seperti bertatap muka langsung dengan konsumen, pengiklanan melalui kartu nama, dan media sosial seperti grup *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram*. Dengan



pelatihan pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi seperti e-commerce dapat membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan produknya.

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih yang kami sampaikan kepada para pelaku UMKM di Kecamatan Batununggal dan kewilayahan Kecamatan Batununggal yang telah memfasilitasi kegiatan PKM terutama kelurahan Kebon Gedang. Terima kasih juga kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Politeknik Piksi Ganesha dan Institusi.

### Referensi

- Abdullah, T., & Francis, T. (2016). Manajemen Pemasaran. Depok: PT Raja Grafindo
- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hadi, A. (2018). Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation Volume 1, Nomor 2. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta".
- Herlambang, S. (2014). Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran. Yogyakarta: Kdt.
- Wibowo, Z., & Arifin, S. (2015). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 29 No.1. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM".
- Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti. (2015). *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB), Vol. 29 No.1. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM".
- Hadita, A. (2021). Peningkatan Keterampilan Industri Rumah Tangga Bidang Pangan Kader UP2K Pkk Kecamatan Bungbulang. *PADMA*, 1(2), 153-161.
- Wulantika, L. (2021). Penguatan Aspek SDM Petani Cabai Desa Cipanas Kabupaten Cianjur. *PADMA*, 1(2), 93-102.