



Pemanfaatan Internet Dalam Memasarkan Hasil Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Medan Labuhan

The Utilization of The Internet In Marketing The Products of Micro Small And Medium Enterprises (MSMEs) In Medan Labuhan District

Dody Hidayat^{1*}

Ramli²

Uun Novelia
Harahap³

^{1,2}Program Studi Manajemen Informatika
Universitas Harapan Medan, Medan,
Sumatera Utara, Indonesia

³Program Studi Teknik Industri
Universitas Harapan Medan, Medan,
Sumatera Utara, Indonesia

*email: hidayatdody91@gmail.com
ramli.brt@gmail.com
uun379@gmail.com

Abstrak

Internet dalam dunia bisnis digunakan untuk pertukaran informasi, katalog produk, media promosi, surat elektronik dan mailing list. Internet juga bisa digunakan sebagai wadah berdialog, berdiskusi dan berkonsultasi dengan konsumen secara online. Penggunaan Internet untuk aktivitas transaksi bisnis lebih dikenal dengan istilah Elektronik Commerce (E-Commerce). Dalam dunia bisnis, website dalam bentuk E-Commerce sudah menjadi kebutuhan karena terdapat berbagai manfaat yang telah dimiliki E-Commerce diantaranya adalah para konsumen tidak perlu datang langsung ke toko untuk memilih barang yang ingin dibeli dan bagi perusahaan dapat melaksanakan kegiatan promosi dan transaksi selama 24 jam dengan jangkauan tanpa batas. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan metode sosialisasi yaitu ceramah, demonstrasi dan tanya jawab, materi dikemas dalam powerpoint dan ditampilkan menggunakan infokus. Hasil kegiatan yang telah dilaksanakan berjalan dengan baik dan lancar, ketertarikan dan antusiasme peserta sangat tinggi hal ini di lihat dari keaktifan peserta dalam mengikuti sosialisasi dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan saat dibuka sesi tanya jawab.

Kata Kunci:

Internet
E-Commerce
Bisnis

Keywords:

Internet
E-Commerce
Business

Abstract

The internet in the business world is used for information exchange, product catalogs, promotional media, electronic mail and mailing lists. The internet can also be used as a forum for dialogue, discussion and consultation with consumers online. The use of the Internet for business transaction activities is better known as Electronic Commerce (E-Commerce). In the business world, a website in the form of E-Commerce has become a necessity because there are various benefits that E-Commerce has, including that consumers do not need to come directly to the store to choose the goods they want to buy and for companies to carry out promotional activities and transactions for 24 hours. hours with unlimited range. This community service is carried out with the socialization method, namely lectures, demonstrations and questions and answers, the material is packaged in powerpoint and displayed using infocus. The results of the activities that have been carried out have gone well and smoothly, the interest and enthusiasm of the participants is very high, this can be seen from the activeness of the participants in participating in the socialization by asking questions when the question and answer session opens.



© 2021. Published by LPPM STIKOM Tunas Bangsa Pematangsiantar.
This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <http://dx.doi.org/10.30645/v1i1>.

PENDAHULUAN

Era globalisasi sekarang Teknologi *Internet* telah membuat banyak kemudahan dalam kehidupan dan aktivitas manusia. Terkhusus dalam bidang bisnis, perdagangan barang dan jasa. Produsen dan konsumen sudah banyak yang menikmati manfaat dari *Internet*

untuk memajukan usahanya bahkan memenangkan persaingan. Sebagai pelaku usaha sebaiknya mengetahui dan harus memahami pemanfaatan jaringan *Internet* terutama untuk memasarkan hasil usahanya, dengan demikian biaya yang diperlukan untuk memasarkan hasil produk relatif murah dengan jangkauan yang luas.

Menurut Ahmadi & Hermawan (Dalam Nofyat dkk, 2018) internet adalah komunikasi jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin. Menurut Mohamad Trio Febriyantoro & Debby Arisandi (2018) berdasarkan data survei dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa lebih dari setengah penduduk di Indonesia telah terhubung ke internet. Survei yang dilakukan pada tahun 2016 itu memperlihatkan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Sedangkan total penduduk Indonesia secara keseluruhan sebesar 256,2 juta jiwa.

Internet dalam dunia usaha/bisnis digunakan untuk pertukaran informasi, katalog produk, media promosi, surat elektronik dan mailing list. Internet juga bisa digunakan sebagai wadah berdialog, berdiskusi dan berkonsultasi secara online. Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam pengembangan usaha khususnya pada bidang pemasaran dengan memanfaatkan jaringan internet antaralain Website, Media Sosial dan E-Commerce. Menurut Khasanah & Rofiah (dalam Fata Nidaul Khasanah dkk, 2020) Proses jual beli yang dilakukan melalui internet dikenal dengan *ecommerce* atau *electronic commerce*. *Ecommerce* merupakan sebuah aktivitas pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi dengan menggunakan komputer melalui Internet.

Menuurt Menurut Mohamad Trio Febriyantoro & Debby Arisandi (2018) Salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM). Menurut Mohammad Rizal Saifullah (2015), Definisi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM:

- a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha

mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini yaitu memiliki kekayaan paling banyak Rp. 50 juta atau hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300 juta.

- b) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam undang-undang ini yaitu memiliki kekayaan bersih Rp. 50 juta sampai Rp. 500 juta atau hasil penjualan tahunan Rp. 300 juta sampai Rp. 2,5 miliar.
- c) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini yaitu memiliki kekayaan bersih Rp. 500 juta sampai Rp. 10 miliar atau hasil penjualan Rp. 2,5 miliar sampai Rp. 50 miliar.

Menurut Dewi Jayanti Mandasari dkk (2019) Peranan UMKM yang fleksibilitas mampu menyerap tenaga kerja dengan cepat tanpa memandang tinggi rendahnya pendidikan para tenaga kerjanya. Sehingga UMKM ini selain berperan penting dalam ekonomi nasional juga berperan menanggulangi tingkat pengangguran.

UMKM di kecamatan Medan Labuhan Kota Medan telah berkembang pesat dan menunjukkan peran pentingnya dalam perekonomian masyarakat di daerah ini, dengan berbagai jenis produk dan jasa yang diproduksi, akan tetapi dengan minimnya tingkat pengetahuan dan

keterampilan masyarakat dalam pemanfaatan *Internet* sebagai wadah memasarkan hasil usaha yang dikelola selama ini sehingga produk wirausaha hanya dipasarkan di daerah tersebut saja (lokal).. Mengingat pentingnya peran UMKM tersebut maka perlu dilakukan sosialisasi khususnya yang terkait dengan pemanfaatan internet dalam memasarkan hasil produk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing hasil UMKM yang ada di kecamatan Medan Labuhan dengan jangkauan yang luas.

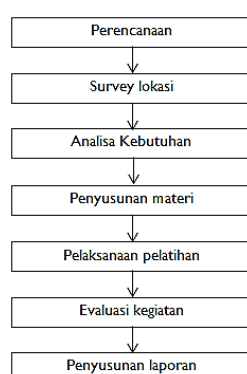
METODOLOGI

Khalayak Sasaran

Sasaran dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah ibu-ibu pelaku UMKM dan warga masyarakat yang berlokasi di kecamatan Medan Labuhan Sumatera Utara, khususnya bagi yang memiliki jiwa usaha (wirausaha) dan sedang membuka usahanya di lokasi tersebut. Tim pengabdian masyarakat memberikan pelatihan bagaimana memanfaatkan jaringan *Internet* dalam memasarkan/ mengembangkan hasil usaha yang di miliknya agar memiliki nilai jual yang tinggi dan agar produk yang dijual tidak hanya di jual pada lokasi lokal saja melainkan dapat dijangkau oleh konsumen secara luas.

Langkah-langkah Kegiatan

Untuk memberikan panduan dalam pengabdian ini perlu disusun suatu kerangka kerja yang jelas tahapannya. Adapun tahapan kerangka kerja dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Kerja Pengabdian Masyarakat

Berdasarkan kerangka kerja pada gambar 1, maka masing-masing langkahnya dapat diuraikan sebagai berikut :

- a) Perencanaan. Pada tahapan ini adalah melakukan perencanaan kegiatan masyarakat berupa penentuan tempat/lokasi yaitu kantor Camat Medan Labuhan dan penentuan tim pengabdian dari Fakultas Teknik dan Komputer sebanyak 2 orang dan dari Fakultas Ekonomi 2 orang
- b) Survey lokasi. Pada tahapan ini survey dilakukan ke kantor Kecamatan Medan Labuhan yaitu tim berkunjung ke kantor Camat Medan Labuhan dan bertemu langsung dengan camat serta sekretaris camat dengan maksud dan tujuan agar acara yang dilakukan dapat diberi izin oleh pihak aparaturnya kecamatan dan agar kegiatan dapat berjalan dengan baik. Berikutnya juga penentuan jadwal dan tempat pelaksanaan kegiatan yang akan dilaksanakan.
- c) Analisa kebutuhan. Pada tahapan ini dilakukan identifikasi kebutuhan sarana dan prasarana yang akan dipersiapkan oleh pihak Kecamatan Medan Labuhan.
- d) Penyusunan materi. Pada tahap ini tim pengabdian akan menyusun modul atau bahan ajar untuk disampaikan dan di praktikan pada saat kegiatan pelatihan berlangsung. Modul yang telah disusun, selanjutnya akan dicetak untuk para peserta agar nantinya dapat mengulang dan mempelajari modul kembali pada waktu senggang.
- e) Pelaksanaan pelatihan. Pada tahap ini hal-hal yang dilakukan:
 - 1) Kata sambutan dan perkenalan oleh Camat Medan Labuhan dan Rektor Universitas Harapan Medan;
 - 2) Mengisi daftar hadir oleh peserta pelatihan;
 - 3) Penyampaian materi oleh narasumber, praktik/demonstrasi dan tanya jawab;
- f) Evaluasi kegiatan. Evaluasi diberikan dalam bentuk kuisioner dimana tujuan dari proses evaluasi ini adalah untuk mengetahui respon dari peserta

pelatihan dan capaian yang didapatkan dalam proses pelatihan ini.

- g) Penyusunan laporan. Hasil akhir dari pelatihan seperti dokumentasi dan hasil respon peserta pelatihan, dijadikan sebagai laporan akhir dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Topik besar dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan adalah “Sosialisai Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Daya Saing Hasil UKM” kemudian dibagi menjadi 2 sub tema yaitu 1. Adopsi Teknologi Informasi Oleh Usaha Kecil, 2. Pemanfaatan Jaringan Internet Dalam Memasarkan Hasil UMKM Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan pada tanggal 20 Desember 2017 bertempat di Kecamatan Medan Labuhan. Adapun jumlah peserta yang hadir dalam sosialisasi tersebut sebanyak 41 orang. Hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan 75% masyarakat yang mengikuti kegiatan ini dapat memahami bagaimana memanfaatkan Jaringan Internet dalam memasarkan hasil UMKM dengan baik dan benar kemudian diterapkan pada usaha kecil dan menengah serta manfaatnya.

Pembahasan

Beberapa poin yang telah disampaikan pada kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan dengan topik Pemanfaatan Jaringan Internet Dalam memasarkan/mengembangkan hasil UMKM masyarakat kecamatan Medan Labuhan adalah sebagai berikut:

- Menjelaskan definisi dan manfaat Jaringan Internet dalam Dunia Usaha
- Menjelaskan beberapa peran Media internet sebagai media dalam memasarkan/mengembangkan hasil produk
- Menjelaskan definisi, manfaat dan strategi pemasaran produk usaha melalui jaringan Internet
- Menjelaskan definisi dan manfaat website, media sosial dan E-Commerce sebagai wadah pemanfaatan jaringan Internet untuk memasarkan hasil dari produk usaha yang dihasilkan
- Mempraktekkan/mendemonstrasikan contoh-contoh aplikasi website, media sosial dan E-Commerce sebagai wadah pemanfaatan internet untuk pemasaran suatu produk.



Gambar 2. Pembukaan oleh Camat Medan Labuhan dan Rektor UnHar



Gambar 3. Pemaparan Materi oleh Narasumber



Gambar 4. Peserta Mengisi Daftar Hadir



Gambar 5. Penutupan Acara dan Foto Bersama

Faktor Pendukung Kegiatan

Kegiatan dapat berjalan dengan baik dan sukses karena telah dipersiapkan faktor-faktor pendukung sebelum dan pada saat pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung. Adapun Faktor pendukung kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat antara lain sebagai berikut :

- 1) Diterimanya usulan pengabdian masyarakat ini dengan tangan terbuka oleh pejabat pemerintahan Kecamatan Medan Labuhan
- 2) Transportasi dan akomodasi tim pengabdian dipersiapkan oleh pihak universitas
- 3) Sarana dan prasarana telah dipersiapkan pihak kecamatan
- 4) Tingginya tingkat kemauan masyarakat pelaku UMKM Kecamatan Medan Labuhan dalam mengikuti kegiatan dengan harapan memperoleh pengetahuan untuk memasarkan/mengembangkan hasil usahanya melalui media jaringan *Internet*.

Faktor Penghambat Kegiatan

Beberapa hambatan/kendala yang dihadapi selama melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat sebelum dan saat kegiatan berlangsung adalah:

- a) Kurangnya koordinasi tim pengabdian, Aparatur sipil Kecamatan dan masyarakat

pelaku UMKM Medan Labuhan dalam hal menentukan waktu pelaksanaan kegiatan mengakibatkan keterlambatan waktu dimulainya kegiatan sehingga durasi pelaksanaan menjadi singkat

- b) Masih Minimnya pengetahuan masyarakat yang mengikuti pelatihan mengenai pengetahuan Teknologi Informasi seperti pemanfaatan jaringan *Internet* dalam memasarkan produk usaha mereka
- c) Hanya beberapa orang saja dari peserta yang memiliki laptop sehingga hasil praktek/demonstrasi materi kurang maksimal
- d) Pada saat kegiatan berlangsung terjadi pemadaman listrik oleh PLN dan pihak kecamatan Medan Labuhan tidak memiliki genset.

KESIMPULAN

Hasil akhir kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan di Kecamatan Medan Labuhan dengan topik *Pemanfaatan Internet Dalam Memasarkan Hasil Usaha UMKM* Kecamatan Medan Labuhan telah berjalan dengan baik dan sukses menggunakan media LCD/infokus, materi dikemas menggunakan powerpoint sehingga peserta dapat dengan mudah melihat dan memahami. *Audience* sangat antusias mengikuti acara sosialisasi hal ini dilihat dari aktifnya peserta dalam menyampaikan pertanyaan-pertanyaan setelah dibuka sesi tanya jawab.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini banyak pihak yang terlibat hingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik dan sukses. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Harapan Medan dan Civitas Akademika

atas diberikannya kesempatan dan dukungan kepada kami selaku dosen tetap untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan, kepada camat Medan Labuhan berserta stafnya, masyarakat pelaku UMKM Medan Labuhan yang berhadir, kepada mahasiswa/i fakultas Teknik dan Komputer dan Fakultas Ekonomi Universitas Harapan Medan serta seluruh pihak terkait yang membantu terlaksananya kegiatan ini.

REFERENSI

- Dewi Jayanti Mandasari, Joko Widodo & Sutrisno Djaja (2019), Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol 13 No 1, Hal 123-128
- Fata Nidaul Khasanah dkk (2020), Pemanfaatan Media Sosial dan *Ecommerce* Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19, Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat (JSTPM), Vol 1 No 1, Hal 51-62
- Mohamad Trio Febriyantoro & Debby Arisandi (2018), Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean, Jurnal Manajemen Dewantara, Vol 1 No 2, Hal 62-76.
- Mohammad rizal saifullah, (2015). Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi. Kebijakan dan Manajemen Publik, Vol 3 No 2, Hal 132-141.
- Nofyat, Adelina Ibrahim & Arisandy Ambarita (2018), Sistem Informasi Pengaduan Pelanggan Air Berbasis Website Pada Pdam Kota Ternate, *Indonesian Journal on Information System*, Vol 3 No 1, Hal 10-19.