



## PENERAPAN TEKNOLOGI CLOUD UNTUK MENDORONG PEMASARAN UMKM BISNIS KULINER DI KELURAHAN SRENGSENG SAWAH JAGAKARSA

### AUTHOR

1)<sup>1</sup>Astried Silvanie, 2)<sup>2</sup>Reny Andriyanty, 3)<sup>3</sup>Ahmad Nurdin Hasibuan, 4)<sup>4</sup>Hanif Rizqi Oktaviado

### ABSTRAK

Pelaku UMKM sektor kuliner di Kelurahan Srengseng Sawah memiliki keterbatasan dalam hal promosi. Mereka hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Mereka memiliki *smartphone* namun belum dapat menggunakannya sebagai alat promosi. Promosi dan UMKM adalah dua hal saling berhubungan yang sifatnya saling menunjang. Dengan pemanfaatan teknologi digital seharusnya UMKM dapat berkembang dengan baik. Kegiatan pengabdian ini dilakukan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Silvanie, dkk pada tahun 2020, menyatakan bahwa teknologi informasi yang dikembangkan dapat digunakan sebagai penyimpan informasi mengenai pelaku bisnis UMKM, alat pencari (*search engine*) UMKM lokal dalam jarak terdekat dengan posisi pengguna internet, memfasilitasi UMKM untuk menjadi mitra melalui sistem *membership*. Adapun perancangan aplikasi menggunakan diagram *Unified Modified Language* (UML). Metode kegiatan yang akan dilakukan dalam program ini adalah penyuluhan dan pelatihan pemanfaatan teknologi *cloud* melalui *smartphone* yang dimiliki para pelaku UMKM sektor kuliner. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dinyatakan berhasil karena ada peningkatan rata-rata peningkatan pemahaman peserta pengabdian sebesar 16,4 persen.

### Kata Kunci

UMKM, Teknologi *Cloud*, Pemasaran Digital

### AFILIASI

Prodi, Fakultas

1.<sup>4</sup>)Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer

2.<sup>3</sup>)Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi

Nama Institusi

1-<sup>4</sup>)Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957

Alamat Institusi

1-<sup>4</sup>)Jl. M. Kahfi II No. 33, Jagakarsa, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

### KORESPONDENSI

Author

Reny Andriyanty

Email

[r.andriyanty@gmail.com](mailto:r.andriyanty@gmail.com)

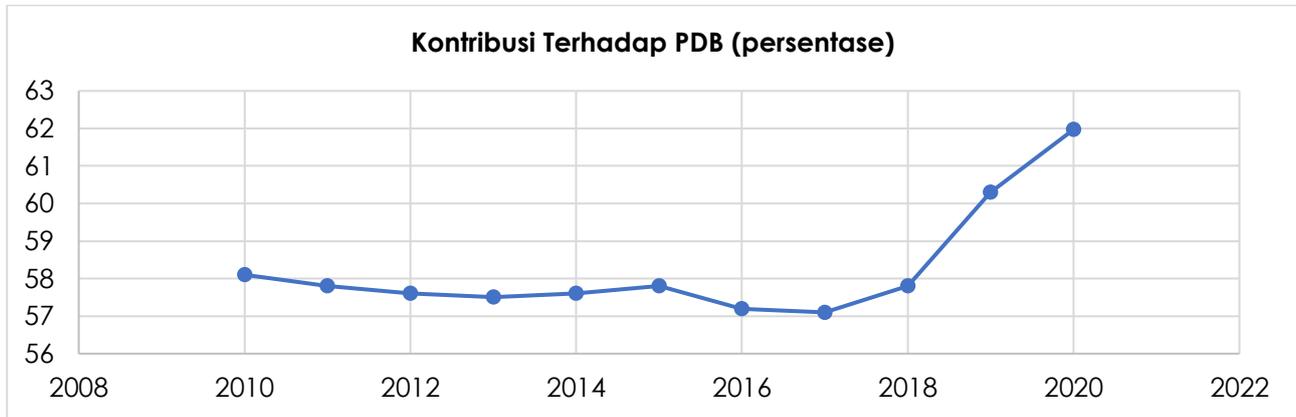
### LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## PENDAHULUAN

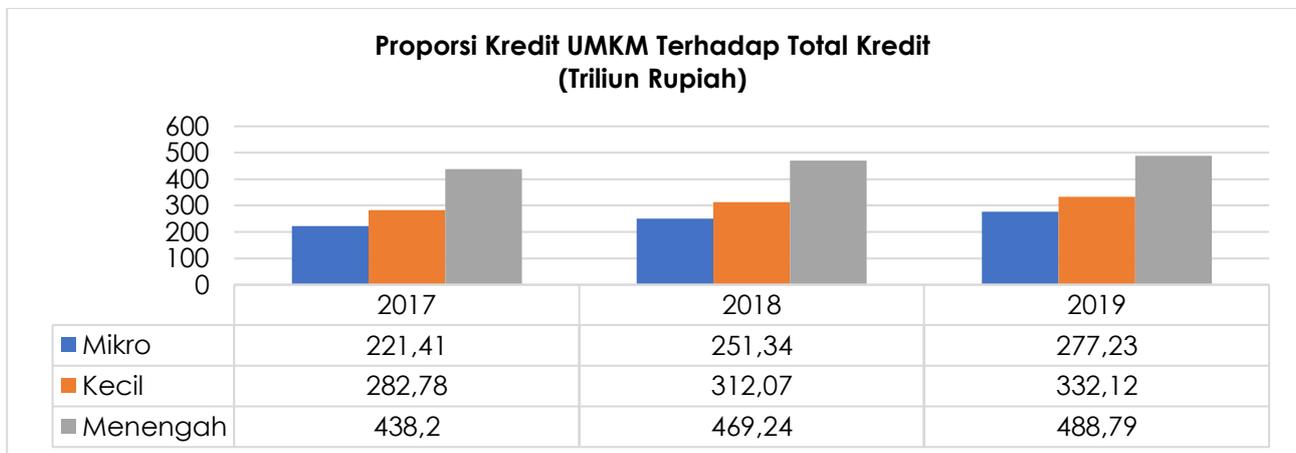
UMKM adalah penopang perekonomian Indonesia karena menghasilkan barang dan jasa yang berbasis sumber daya lokal serta padat karya. Berdasarkan penelitian Zaman & Andriyanty tahun 2022 dijelaskan bahwa UMKM memiliki peran yang positif dan signifikan terhadap PDB Indonesia melalui analisis data tahun 1997-2019 (Zaman & Andriyanty, 2022a). Berdasarkan data dari lokadata menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB dari tahun 2010 sampai tahun 2020 memiliki tren meningkat. Data rinci mengenai hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut ini:



**Gambar 1. Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia (2010-2020)**

Sumber: <https://lokadata.beritagar.id/>

Data perkembangan UMKM, juga dapat ditinjau dari pertumbuhan kredit yang dimanfaatkan oleh UMKM. Kredit adalah faktor penting dalam mengembangkan bisnis. Data BPS terkait perkembangan kredit bisnis skala mikro kecil dan menengah dari tahun 2017 sampai tahun 2019 juga menunjukkan tren peningkatan. Data rinci dapat dilihat pada grafik berikut ini :



**Gambar 2. Proporsi Kredit UMKM terhadap Total Kredit (2017-2019)**

Sumber: [https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html#\\_subjekViewTab5](https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html#_subjekViewTab5)

Data tersebut di atas, menunjukkan bahwa UMKM harus ditingkatkan kompetensinya dalam pemanfaatan faktor produksi. Namun banyak kendala yang dihadapi oleh UMKM yaitu: modal, SDM, kendala status badan hukum, akuntabilitas, iklim usaha yang belum kondusif, infrastruktur dan akses pasar (Bank Indonesia & LPPI, 2015). Kendala infrastruktur yang dihadapi UMKM adalah teknologi produksi dan teknologi informasi, teknologi komunikasi dan *database* (Yoshino & Taghizadeh-Hesary, 2016). Sedangkan kendala akses adalah rendahnya kemampuan mereka menjangkau konsumen akibat keterbatasan pemasaran. Dimensi teknologi dan pemasaran secara bersamaan harus dijadikan proses dimana hal tersebut akan mendukung penciptaan nilai tambah bisnis bagi UMKM (de Oliveira & Cortimiglia, 2017).



Bisnis skala mikro, kecil dan menengah adalah penopang ekonomi bagi bangsa Indonesia. Hal ini dinyatakan dalam penelitian Zaman *et al* terkait pengaruh signifikan dan positif antara peran UMKM terhadap kesejahteraan bangsa Indonesia (Zaman & Andriyanty, 2022b). Namun masyarakat pelaku usaha ini terkendala banyak hal. Sehingga diperlukan kegiatan pengabdian

Secara umum pelaku UMKM sektor kuliner di Kelurahan Srengseng Sawah memiliki keterbatasan dalam hal promosi. Mereka hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Mereka memiliki *smartphone* namun belum dapat menggunakannya sebagai alat promosi. Promosi dan UMKM adalah dua hal saling berhubungan yang sifatnya saling menunjang. Dengan pemanfaatan teknologi digital seharusnya UMKM dapat berkembang dengan baik.

Berdasarkan permasalahan di atas, terkait kendala rendahnya kemampuan pemasaran dan pemanfaatan teknologi *cloud* para pelaku UMKM bidang kuliner di Kelurahan Srengseng Sawah. Solusi yang ditawarkan adalah melatih para pelaku UMKM tersebut untuk dapat memanfaatkan teknologi *Cloud* untuk mempromosikan produk atau jasanya. Hasil penelitian yang dilakukan Silvanie, dkk pada tahun 2020, menyatakan bahwa teknologi informasi yang dikembangkan dapat digunakan sebagai penyimpan informasi mengenai pelaku bisnis UMKM, alat pencari (*search engine*) UMKM lokal dalam jarak terdekat dengan posisi pengguna internet, memfasilitasi UMKM untuk menjadi mitra melalui sistem *membership*. Adapun perancangan aplikasi menggunakan diagram *Unified Modified Language* (UML). Platform ini dibangun menggunakan bahasa pemrograman berbasis web (PHP, CSS, HTML, dan JavaScript). Kemudian rancangan konseptual *database* diimplementasikan menggunakan SQL ke dalam basis data MySQL. WordPress dikembangkan sebagai konten manajemen sebagai kerangka dasar *website* (Silvanie *et al.*, 2023). Dengan memanfaatkan hasil penelitian tersebut di atas, maka perlu dilakukan kegiatan pengabdian yang membantu masyarakat sasaran untuk mampu memanfaatkan teknologi *cloud* dalam pemasaran produk/jasanya. Berdasarkan pembahasan di atas, maka tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan pemahaman pelaku UMKM bidang kuliner di Kelurahan Srengseng Sawah terkait pemanfaatan teknologi *cloud* dalam pemasaran produk/jasanya.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang akan dilakukan dalam program ini adalah penyuluhan dan pelatihan pemanfaatan teknologi *cloud* melalui *smartphone* yang dimiliki. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum (Kamarul Zaman *et al.*, 2022) terutama pada kelompok masyarakat yang termarginalisasi (Masnang *et al.*, 2019a).

Pengabdian membutuhkan komunikasi dua arah yang efektif antara tim ahli dengan mitra. Komunikasi yang efektif ini bertujuan agar kegiatan pengabdian ini dapat bermanfaat secara optimal. Rencana kegiatan dalam program ini terbagi atas tiga kegiatan utama sebagai berikut:

- 1) **Rencana kegiatan 1.** Persiapan pelaksanaan kegiatan. Pada kegiatan ini direncanakan tim pengusul program untuk mempersiapkan berbagai hal termasuk pengurusan izin kegiatan dan pembekalan terhadap tim ahli dan asisten pelatih yang akan melatih masyarakat pada saat program berjalan.
- 2) **Rencana Kegiatan 2.** Pelaksanaan program. Program ini dilakukan dalam 2 kali pertemuan dimana masing-masing pertemuan akan melatih 10 pelaku UMKM bidang kuliner. Setiap pelatihan, akan melibatkan 3 tim ahli dan 1 orang mahasiswa sebagai asisten pelatihan yang akan melatih semua peserta. Setiap peserta yang mengikuti program ini akan memperoleh lumsum. Pelatihan direncanakan dilaksanakan dalam empat bulan yang dimulai pada bulan Maret sampai Juni 2023.



- 3) **Rencana Kegiatan 3.** Pelaksanaan evaluasi menyeluruh terhadap seluruh kegiatan pelatihan pasca pelaksanaan program dan pelaporan hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat.

Kepakaran bidang manajemen diperlukan untuk membentuk perilaku pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkan teknologi *cloud* bagi promosi bisnisnya. Pakar dibidang informatika, pengembangan model bisnis dan pemasaran ini terdiri atas 3 orang. Pakar pertama terkait pengembangan teknologi *cloud* adalah Astried Silvanie, ST., M.Kom. Hal ini dapat dilihat pada rekam jejak tridarma yang terkait teknologi informasi (Purwandari et al., 2023; Puteri & Silvanie, 2020). Pakar bidang manajemen promosi dan pengembangan model bisnis adalah Reny Andriyanty, SP., M.Si. dan Ahmad Nurdin Hasibuan, SE., MM. akan melatih masyarakat untuk mampu mengelola pemasaran digital dengan efektif dan efisien. Kompetensi dapat dilihat dari publikasi hasil tridarma dari setiap dosen terkait strategi bisnis (Andriyanty, 2021; Andriyanty, Aras, et al., 2020; Andriyanty, Hasibuan, et al., 2020b; Andriyanty, Yunaz, et al., 2020; Andriyanty & Lestari, 2022; Harisman et al., 2023; Masnang et al., 2019b; Zaman et al., 2022).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta kegiatan pengabdian masyarakat adalah kelompok usaha mikro kecil sektor kuliner dilingkar kampus IBI Kosgoro 1957. Data demografi peserta secara umum adalah 70 persen berjenis kelamin perempuan dan 30 persen adalah pria. Rata-rata berusia 47 tahun. Pendidikan rata-rata adalah lulusan SMA. Omzet penjualan per bulan adalah Rp.9.130.000.

Kegiatan pengabdian terlaksana dalam 2 pertemuan. Materi yang diberikan pada pertemuan pertama adalah teknologi *cloud*. Pelatihan kedua adalah mengenai identifikasi data tampilan yang diperlukan oleh pedagang makanan pada aplikasi yang dikembangkan. Materi pertama adalah mengenai *cloud computing*. Teknologi ini adalah teknologi yang memungkinkan pengguna mengakses aplikasi dan data dengan perangkat apa pun melalui koneksi internet dimanapun pengguna tersebut berada. Sehingga dengan teknologi memungkinkan terjadinya berbagi data dan kolaborasi proyek di beberapa perangkat secara bersamaan. Manfaat utama bagi penjualan/pemasaran pelaku usaha mikro dan kecil sektor kuliner adalah:

- Peningkatan keamanan transaksi
- Akses yang cepat terhadap data
- Mudah berkolaborasi
- Lebih hemat
- Dapat diakses berbagai jenis perangkat gadget.

Dampak utama penerapan teknologi *cloud computing* yang utama adalah optimalnya pencarian ke bisnis kita, dapat diterapkan pada sosial media *marketing* dan email marketing.

Dewasa ini banyak perusahaan/organisasi yang melakukan bisnisnya dengan menggunakan jaringan elektronik (berbasis internet) dengan para *stakeholder*-nya agar secara efektif dan efisien mencapai tujuan bisnisnya. Pengertian komprehensif ini dapat didefinisikan sebagai E-bisnis (*elektronik business*). Internet merupakan infrastruktur teknis yang menghubungkan jutaan personal komputer yang dioperasikan oleh perseorangan maupun organisasi/perusahaan melalui jaringan telekomunikasi kabel/nir-kabel.

Cakupan E-bisnis meliputi *e-commerce*. *E-commerce* adalah segala bentuk pertukaran atau transaksi bisnis dimana sejumlah pihak berinteraksi secara elektronik. *E-commerce* juga disebut *online marketing* atau *business online*. Melalui internet konsumen individual/institusional dapat memperoleh berbagai informasi bisnis, pemasaran dan produk dan jasa yang mereka butuhkan. Seluruh transaksi ini dapat dilakukan tanpa harus melakukan perjalanan bisnis. Transaksi bisnis antara konsumen individual dengan produsen melalui *e-commerce* disebut *business to consumer* (B2C) sedangkan bisnis yang dilakukan



antara produsen dengan konsumen institusional disebut *business to business* (B2B). Melalui metode *e-commerce*, konsumen individual/institusional dapat diperoleh manfaat:

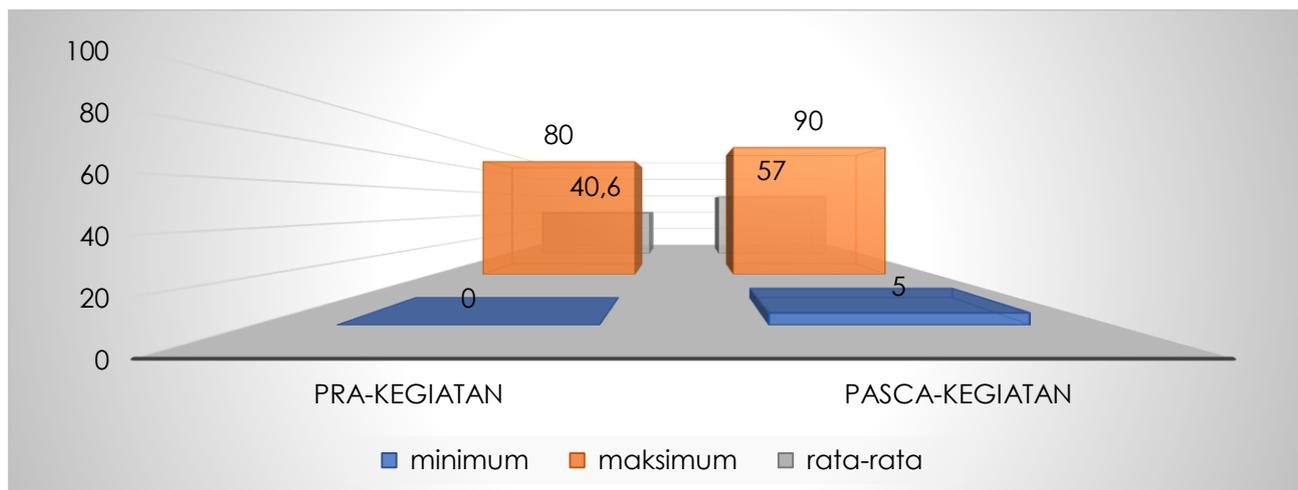
- Kenyamanan berbelanja; dimana melalui internet konsumen dapat memesan barang atau jasa dimanapun mereka berada selama 24 jam setiap hari.
- Tersedia informasi mengenai produk secara valid berupa informasi harga, mutu, cara penggunaan, syarat pembayaran, jaminan, layanan purna jual, cara pengiriman, dll.
- Meningkatkan efisiensi penggunaan waktu, tenaga dan biaya pencarian informasi.

Materi pada pelatihan kedua adalah mengenai pemasaran digital. Pemasaran digital adalah kegiatan promosi suatu produk atau jasa pada media digital. Salah satu diantaranya adalah pemasaran digital dengan memanfaatkan platform media sosial. Dalam pemanfaatan media sosial sebagai media *advertising* suatu bisnis, secara statistik bahwa tujuh puluh persen pengguna media sosial akan tertarik pada konten edukasi, saran, tutorial, *insight* serta *update* berita. Dua puluh persen pengguna tertarik pada nilai-nilai emosional yang lucu, menyenangkan dan inspiratif. Sepuluh persen sisanya pengguna sosial media tertarik secara langsung dengan iklan. Berikut terdapat foto-foto kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



**Gambar 3. Foto Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Hasil evaluasi atas keberhasilan program ini dapat dilihat pada grafik berikut ini:



**Gambar 4. Hasil Evaluasi Kebermanfaatan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Berdasarkan analisis atas pertanyaan; apakah kegiatan ini bermanfaat? Seratus persen peserta menyatakan bahwa kegiatan ini bermanfaat. Hasil analisis menunjukkan bahwa pra-kegiatan, tingkat pemahaman peserta secara minimal adalah 0 persen dan angka maksimal mencapai 80 persen atas pemahaman peserta mengenai "Penerapan Teknologi *Cloud* Untuk Mendorong Pemasaran UMKM Bisnis Kuliner". Pasca kegiatan



pengabdian menunjukkan bahwa nilai terendah adalah lima persen dengan nilai tertinggi 90 persen. Sehingga berdasarkan analisis di atas, secara rata-rata terdapat delta peningkatan pemahaman mengenai Penerapan Teknologi *Cloud* Untuk Mendorong Pemasaran UMKM Bisnis Kuliner sebesar 16,4 persen. Maka dapat dinyatakan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah berhasil meningkatkannya sebesar 16,4 persen.

## PENUTUP

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kecakapan digital bagi pelaku bisnis kuliner skala mikro dan kecil. Pemanfaatan utama adalah dengan penggunaan platform media sosial untuk promosi. Teknologi yang diintroduksi oleh tim pelaksana pengabdian adalah teknoloho cloud. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dinyatakan berhasil karena ada peningkatan rata-rata pemahaman peserta pasca diberikannya pelatihan. Angka rata-rata pada kondisi pra-pengabdian bernilai 40,6 persen dan pada kondisi pasca kegiatan, didapat angka pemahaman sebesar 57 persen. Berarti terdapat peningkatan pemahaman peserta pengabdian sebesar 16,4.

## REFEFENSI

- Andriyanty, R. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Warteg Sekitar Kampus IBI Kosgoro 1957 Jakarta. *Mediastima*, 27(1), 82–95.
- Andriyanty, R., Aras, M., Nur Afuani, S., & Nurfallah, A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Padang Di Sekitar Lingkar Kampus Ibi Kosgoro 1957. *Mediastima*, 26(1), 18–39.
- Andriyanty, R., Hasibuan, A. N., Rambe, D., Wahab, D., Widayati, E., Yunas, H., Damayanty, P., Laksono, R., & Rambey, T. (2020a). Penerapan Model Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Bagi Murid Sekolah Dasar Negeri 11 Lenteng Agung Jakarta Selatan. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 1(1), 1–17. <https://kemenperin.go.id>.
- Andriyanty, R., & Lestari, D. (2022). Analisis Strategi Bisnis Online Shop Hitz\_Twinzshop. *Mediastima*, 28(1), 23–41. <https://doi.org/10.55122/mediastima.v28i1.395>
- Andriyanty, R., & Wahab, D. (2021 a). Pelatihan Smart-Plant-Gardening Bagi Karang Taruna. *Ethos: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 274–287. <https://doi.org/>
- Andriyanty, R., & Wahab, D. (2021b). Pelatihan Smart-Plant\_Gardening Bagi Karang Taruna saat Pandemi Covid-19. *Ethos: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 274–287. <https://doi.org/>
- Andriyanty, R., Yunaz, H., Wahab, D., Rambey, T., & Masnang, A. (2020). Marketing Management Skill of Mangosteen Farmer. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(8). [www.ijisrt.com](http://www.ijisrt.com)
- Bank Indonesia & LPPI. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*.
- de Oliveira, D. T., & Cortimiglia, M. N. (2017). Value co-creation in web-based multisided platforms: A conceptual framework and implications for business model design. *Business Horizons*, 60(6), 747–758. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.07.002>
- Harisman, Andriyanty, R., & Hasibuan, A. N. (2023). Pengelolaan Kredit Usaha Bagi Usaha Mikro dan Kecil Pemula di Setu Babakan Kecamatan Jagakarsa. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(1), 72–80. <https://doi.org/10.21067/jpm.v8i1.7308>
- Kamarul Zaman, R., Andriyanty, R., & Nurdin Hasibuan, A. (2022). Peningkatan Pemahaman Pera Koperasi Bagi Pengusaha Pemula UMKM Setu Babakan di Kecataman



- Jagakarsa. *BAKTI BANUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 76–83. <https://ejurnal.stimi-bjm.ac.id/index.php/BBJM/>
- Masnang, A., Andriyanty, R., Hendri, A., & Djannah, A. (2019a). Pembinaan Kelompok Tani Untuk Optimalisasi Lahan Sempit Berbasis Konservasi Tanah. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 7(1), 18–27. <https://doi.org/10.29313/ethos.v7i1.3853>
- Masnang, A., Andriyanty, R., Hendri, A., & Djannah, A. (2019b). Pembinaan Kelompok Tani Untuk Optimalisasi Lahan Sempit Berbasis Konservasi Tanah. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 7(1), 18–27. <https://doi.org/10.29313/ethos.v7i1.3853>
- Purwandari, N., Cahya, W., Fauzi, A., Firmansyah, B., Silvanie Akbar, A., & Ardianto, E. (2023). PELATIHAN PERANCANGAN BASIS DATA BAGI SISWA-SISWI SMK KESUMA BANGSA 2 DEPOK 1\*. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri*, 5(2), 437–444.
- Puteri, K., & Silvanie, A. (2020). Machine Learning Untuk Model Prediksi Harga Sembako Dengan Metode Regresi Linier Berganda. *JUNIF: Jurnal Nasional Informatika*, 1(2), 82–94. [www.data.jakarta.go.id](http://www.data.jakarta.go.id).
- Silvanie, A., Kristantini, R. A., & Permana, D. S. (2023). Perancangan Platform Digital untuk Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan Geolokasi dengan Google API. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1). <https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.11982>
- Yoshino, N., & Taghizadeh-Hesary, F. (2016). *ADB Working Paper Series Major Challenges Facing Small and Medium-sized Enterprises in Asia and Solutions for Mitigating Them*. <http://www.adb.org/publications/major->
- Zaman, R. K., & Andriyanty, R. (2022b). Analisis Pengembangan UMKM Terhadap Kesejahteraan Nasional. *Mediastima*, 28(2), 96–114. <https://doi.org/10.55122/mediastima.v28i2.437>
- Zaman, R. K., Andriyanty, R., & Nurdin, A. (2022). Peningkatan Kesadaran Berbangsa dan Bernegara pada Pemuda Karang Taruna Srengseng Sawah Jakarta Selatan. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 3(1), 75–85.

