

**INOVASI DAN PEMASARAN BERBASIS IT BAGI PENGUSAHA DAPROS  
DESA PAMEGARSARI KECAMATAN JASINGA BOGOR**

Adityo Ari Wibowo<sup>1</sup>, Rito<sup>2</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Email: [aditvx@gmail.com](mailto:aditvx@gmail.com),<sup>1</sup> [doankrito@gmail.com](mailto:doankrito@gmail.com)<sup>2</sup>

Diterima: 9 Maret 2019, Direvisi: 13 Maret 2019, Disetujui: 23 Maret 2019

**ABSTRAK**

Desa Pamagersari mempunyai potensi yang cukup banyak, tetapi hal tersebut kurang dapat dimaksimalkan dikarenakan masih kurangnya media dalam pemasaran dan inovasi yang dilakukan oleh masyarakat Desa Pamagersari. Sehingga hal tersebut perlu di bantu dengan media yang dapat memudahkan masyarakat dalam memasarkan produk-produk Desa Pamagersari. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan pelatihan pemasaran berbasis IT dan pelatihan pembuatan laporan keuangan sederhana, sehingga hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan dan membantu masyarakat Desa Pamagersari dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Kegiatan dilaksanakan pada hari Jum'at tanggal 8 Februari 2019 dengan peserta pengusaha Dapros di desa Pamagersari, Jasinga, Bogor. Harapan dari pelatihan ini adalah agar pengusaha Dapros dapat meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan teknologi dan hasilnya lebih kompetitif.

**Kata kunci:** Inovasi dan Pemasaran Berbasis Informasi Teknologi (IT)

**ABSTRACT**

*Desa Pamagersari has a lot of potential, but it cannot be maximized because there is still a lack of media in marketing and innovation carried out by the Desa Pamagersari community. So that this needs to be helped with media that can facilitate the community in marketing Desa Pamagersari products. One way to do this is with IT-based marketing training, so that it is expected to improve and assist the Desa Pamagersari community in conducting their business activities. The activity was held on Friday 8 February 2019 with Dapros business participants in the Desa Pamagersari, Jasinga, Bogor. Hoping of this practice is that Dapros entrepreneurs can increase sales by utilizing technology and the results more competitive.*

**Keywords:** Innovation, marketing, information, technology

## PENDAHULUAN

Masyarakat Pamegarsari yang berada di Kecamatan Jasinga memiliki masyarakat yang mengolah makan khas daerah Jawa Barat. Dapros, rengginang dan Rengginging merupakan makan khas daerah yang memiliki cita rasa yang gurih.

Penjualan dapros dapat ditingkatkan dengan inovasi, pengemasan dan pemasaran yang baik. Penetapan target pasar (*targeting*) memiliki arti perusahaan dapat memasuki satu atau beberapa segmen tersebut (*market targeting*). *Targeting* atau penetapan target pasar yaitu proses mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen yang akan dilayani. Penetapan sasaran pasar terdiri dari merancang strategi untuk membangun hubungan yang benar dengan pembeli atau pelanggan yang tepat. (Titik Wijayanti, 2012).

Penetapan nilai tambah yang diperoleh bagi pembeli atau pelanggan ataupun konsumen merupakan penwaran terbaik bagi pengusaha agar produknya dapat diterima oleh masyarakat. Penggunaan internet juga merupakan kemudahan bagi terlaksananya pemasaran yang lebih mudah. Dapros sendiri dapat diberikan nilai tambah dengan berbagai penambahan rasa. Seperti Rasa Balado, Keju, Pedas, maupun pedas manis dapat dijadikan saran bagi penambahan nilai dapros dari sisi rasa. Pengemasan yang baik pun dapat diharapkan menjadi peningkat dari para pengusaha dapros disana.

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat saat ini menyebabkan mulai munculnya berbagai aplikasi bisnis berbasis internet. Kemudahan ini dirasakan juga bagi konsumen maupun para pelaku UMKM. Pengaruh perkembangan teknologi tersebut menyebabkan tuntutan untuk sebuah konsep yang disebut dengan *e-marketing*. Konsep baru ini membuat pemasaran dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat dan para pedagang dapat menjangkau daerah pemasaran hingga keseluruh dunia. Berikut ini merupakan model dari proses pemasaran yang diperluas



Sumber : Kotler & Gery (2008)

Gambar 1. Model Proses Pemasaran Yang Diperluas

## MASALAH

Permasalahan utama yang dihadapi tingkat kemiskinan yang masih tinggi, pola hidup sehat yang masih di bawah rata-rata serta beberapa kondisi lainnya. Pengusaha Dapros di sana terbilang banyak, namun sangat disayangkan kurangnya pemahaman warga tentang pentingnya manajemen terutama dalam emahaman terhadap inovasi dan pemasaran menjadi penyebab sulitnya produk mereka diterima dan usahanya berkembang.

## METODE

### Tahap Persiapan

Pada tahap ini, panita pelaksana menghubungi pihak RW 01 dan RW 02, yang terletak di Desa Pamegarsari, Kecamatan Jasinga, Bogor. Panitia pelaksana menyampaikan maksud dan tujuan untuk dapat melaksanakan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam rangka pelaksanaan Catur Drama Perguruan Tinggi, Universitas Muhammadiyah Profesor DR. Hamka. Penyelesaian tahap pelaksanaan adalah dengan selesainya pembuatan usulan atau proposal PKM.

### Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan pada awal bulan Februari dengan dihadiri pelaku UMKM di Desa Pamagersari. Pelatihan dimulai pukul 09.00–14.00. Pembagian modul pelatihan beserta alat tulis dilakukan ketika peserta melakukan tanda tangan di lembar presensi. Rencana Pemandu mempresentasikan masing masing materinya selama 30 menit dan dilanjutkan dengan sesi Tanya jawab.

### Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dan evaluasi ini, Peserta menyerahkan hasil inovasi dan pencatatan selama sepekan untuk diskusi proses pemasaran dan pembuatan laporan keuangan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta sudah mulai melakukan inovasi produknya dan cukup tertib melakukan pencatatan kas masuk dan kas keluar. Peserta masih membutuhkan bimbingan untuk pemasaran dan membuat laporan keuangan sampai sesuai dengan laporan Standar Akuntansi Entitas Mikro Kecil dan Menengah.

## PEMBAHASAN

### Pelaksanaan

Program pengabdian masyarakat kali ini yaitu Desa Pamagersari. Untuk tahap persiapan, tim pelaksana melakukan survei lokasi pada bulan Desember 2018, sekaligus bersilaturahmi dengan perangkat desa untuk lebih memantapkan pelaksanaan pengabdian tersebut.

Sebagai gambaran awal, Desa Pamagersari merupakan desa yang terletak

di bagian timur Kecamatan Jasinga, di mana desa ini berbatasan dengan empat desa yang berada di kecamatan yang sama. Di sebelah utara, berbatasan dengan Desa Setu. Di bagian selatan, berbatasan dengan dua desa, yaitu Desa Jugalajaya dan Desa Pangradin. Di sebelah timur, berbatasan dengan Desa Sipak. Di sebelah barat, berbatasan dengan Desa Jasinga. Desa Pamagersari berada dalam koordinat 106.468353 Bujur Timur dan -6.480204 Lintang Selatan. Desa ini memiliki luas wilayah sekitar 470 Hektar.

Untuk tahap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dilaksanakan pada tanggal 08 Februari 2019 di rumah Bpk Kepala Desa. Dimulai dengan sambutan Bpk Kepala Desa selaku tuan rumah dan dilanjutkan dengan pengenalan dari tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat (PKM) serta maksud kedatangan.

Awal pembukaan, tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) menanyakan tentang dapros baik perkembangan dan strategi pemasaran serta inovasi yang sudah dikembangkan. Setelah ada diskusi singkat, lalu tim memaparkan mengenai teknik inovasi dan pemasaran dengan menggunakan IT.



Gambar 2. Pemaparan inovasi dan pemasaran menggunakan IT

Pemaparan dilakukan secara bertahap untuk memberikan umpan balik bagi pengusaha dapros terkait dengan usaha yang dijalankan. Proses umpan balik menampakkan hasil yang lumayan baik dibuktikan dengan adanya beberapa peserta yang menceritakan tentang kondisi mereka.

Secara garis besar, bahwa pengusaha dapros dalam menjalankan usaha tersebut hanya terbatas pada wilayah di sekitarnya saja, padahal hasil usahanya diperlukan



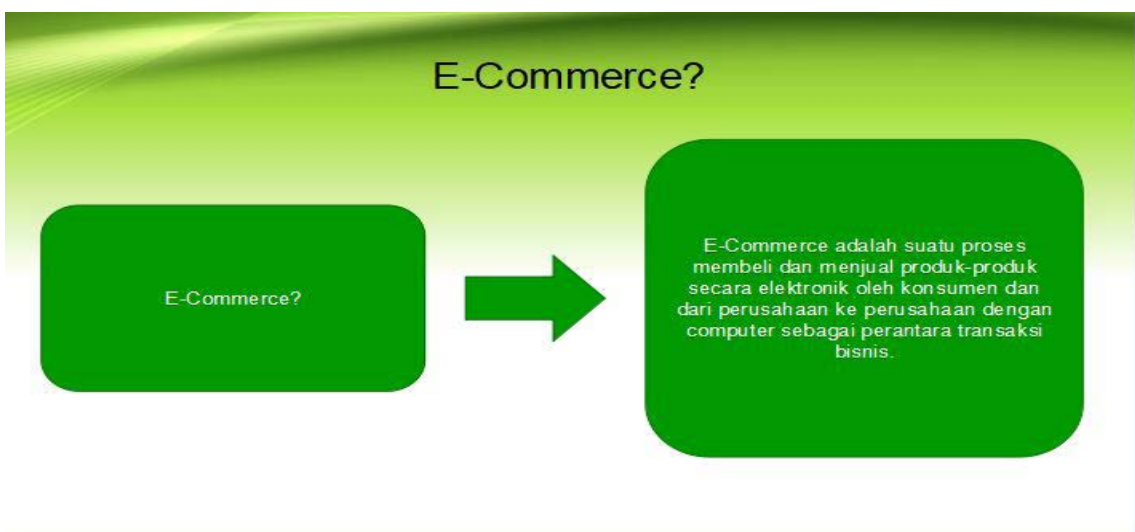
orang. Mereka beralasan untuk memenuhi kebutuhan di sekitar. Usaha dilakukan secara turun temurun dengan perkembangan yang tidak cukup berarti.

Disamping untuk pemenuhan wilayah sekitar, juga terkendala kecilnya modal. Pengusaha dapros, ingin mengembangkan usahanya apabila ada yang membantu dari sisi pendanaan atau dibantu dicarikan lembaga yang dapat bekerja sama guna meningkatkan omset penjualan.

Kecilnya modal berimbas pada produk kemasan yang dibuat apa adanya/tidak adanya inovasi. Produk dibungkus plastik dan ujungnya dipanaskan. Kemudian produk dipasarkan dengan metode sederhana yaitu dari mulut ke mulut sehingga jangkauannya terbatas. Dari kebaikan pembeli, diharapkan dapat diinformasikan kepada orang lain. Cara pemasaran seperti ini masih tradisional dan akan mengalami kesulitan untuk dapat berkembang.



Gambar 3. Materi penjualan berbasis IT



Gambar 4. Materi penjualan berbasis IT



Gambar 5. Proses Tanya jawab pemasaran berbasis IT

Kemudian memberikan umpan balik kepada peserta pelatihan dan cukup antusias feedbacknya. Kebanyakan peserta cukup familiar dengan Handphone (HP) yang didalamnya terkandung content teknologi tapi tidak dapat memanfaatkan HP tersebut secara maksimal.

Setelah berdiskusi secara intens mengenai upaya pengusaha dapros untuk dapat memasarkan dan menginovasi produknya, maka acara pelatihan dianggap selesai dan dikembalikan kepada Bpk Kepala Desa untuk menutup dan dilanjutkan dengan sesi foto bersama.



Gambar 6. Penutupan pelatihan pemasaran berbasis IT

## Evaluasi

Tahap selanjutnya, tim pelaksana melakukan evaluasi untuk mengetahui perubahan strategi pemasaran dan inovasi dengan pemanfaatan teknologi informasi. Hasilnya cukup dapat dibanggakan hal ini terbukti dengan naiknya omset penjualan. Tahap akhir adalah pembuatan laporan untuk diserahkan kepada Lembaga Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) universitas

## **KESIMPULAN**

Simpulan dari Program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan mitra pemuda warga Desa Sipak, Kecamatan Jasinga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat adalah terjadinya kerjasama yang sinergi antara masyarakat Desa Pamagersari dan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. Program ini mengubah sesuatu yang dianggap beban menjadi sebuah potensi Desa Pamagersari.

Peningkatan pendapatan Desa Pamagersari yang berasal dari pelatihan pemasaran berbasis IT akan meminimalisir masalah pengangguran yang terjadi di Desa Sipak. Dengan hal tersebut diharapkan masyarakat dapat meningkatkan penghasilan warga Desa Pamagersari sehingga akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa tersebut.

## **SARAN**

Sebaiknya pelatihan pemasaran dan inovasi berbasis IT diadakan secara berkelanjutan. diadakan juga pelatihan bagi pengusaha yang lainnya. Pelatihan pemasaran dan inovasi berbasis IT bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah ini dapat bekerja sama dengan dengan lembaga masyarakat lainnya seperti RPTRA, PCM, dan lainnya. Setelah selesai mengikuti pelatihan sebaiknya peserta memperoleh pendampingan yang berkesinambungan agar dapat lebih mengaplikasikan ilmu yang di terima. Pengabdian berharap dapat memfasilitasi pelaku UMKM pada aspek teknologi pemasaran produk mereka dan hal tersebut dapat dijalankan selama proses pendampingan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- BPS Kecamatan Jasinga. 2017. *Katolog Kecamatan Jasinga Dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor.
- Dongoran, R. F. Nisa, K. Sihombing, M. & Purba, D.L. 2016. *Analisis Jumlah Pengangguran dan Ketenagakerjaan Terhadap Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan*. Jurnal EduTech. Vol. 2, No. 2, September 2016.
- Nanga, Muana. 2005. *Makro Ekonomi: Teori, Masalah, dan Kebijakan*. PT Grafindo Persada; Jakarta
- Sadono, Sukirno. 1994. *Pengantar Makro Ekonomi*. Penerbit Raja Grafindo; Jakarta
- Sadono, Sukirno. 2010. *Makroekonomi. Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. PT. Raja Grafindo Persada; Jakarta
- Titik Wijayanti. 2012. *Marketing Plan! Perlukah? Managing Marketing Plan (Teori & Aplikasi)*. Penerbit Elex Media Komputindo : Jakarta
- Riani, Asri Laksmi. 2009. *Inovatif Entrepreneurship*. Seminar Nasional Kewirausahaan. Universitas Sebelas Maret, 25 Maret 2009. Surakarta