

Peningkatan Pemasaran UMKM dengan Teknologi Cloud dan Digital Marketing

Al Firah^{1,*}, Ananda Hadi Elyas², Zelvi Gustiana³

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen, Universitas Dharmawangsa, Medan, Indonesia

² Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Sistem Informasi, Universitas Dharmawangsa, Medan, Indonesia

³ Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Teknologi Informasi, Universitas Dharmawangsa, Medan, Indonesia

*Corresponding author Email : zelvi@dharmawangsa.ac.id

Abstrak

DW Food Court (DFC) di Glugur Kota, Medan Barat, terdiri dari 10 UMKM kuliner yang dikelola oleh mahasiswa Universitas Dharmawangsa. Seiring kemajuan teknologi, pemahaman tentang cloud catalog dan digital marketing penting untuk mengumpulkan data produk dan jumlah mahasiswa berwirausaha. Upaya ini memerlukan pendampingan berupa pelatihan, bantuan modal, dan sistem digitalisasi untuk pemasaran produk. Saat ini, kurang dari 25% anggota DFC menggunakan fitur digital marketing seperti website, media sosial, dan marketplace. Sebagian besar masih mengandalkan metode konvensional, seperti menunggu pembeli di stand dan mengikuti bazar UMKM. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan volume penjualan melalui digitalisasi. Solusi yang ditawarkan mencakup modul pelatihan, form survei (pra/post test), desain menu usaha, video profil, akun media sosial (Instagram), website, dokumentasi kegiatan, dan publikasi online. Kata Kunci: UMKM; Digital Marketing; Teknologi Cloud; Cloud Catalog.

Abstract

DW Food Court (DFC) in Glugur Kota, Medan Barat, consists of 10 culinary MSMEs managed by students of Dharmawangsa University. With technological advancements, understanding cloud catalogs and digital marketing is crucial for collecting product data and the number of student entrepreneurs. This effort requires support in the form of training, capital assistance, and digitalization systems for product marketing. Currently, less than 25% of DFC members use digital marketing features such as websites, social media, and marketplaces. Most still rely on conventional methods, such as waiting for customers at the stand and participating in MSME bazaars. This Community Service activity aims to expand marketing networks and increase sales volume through digitalization. The solutions offered include training modules, survey forms (pre/post-test), business menu designs, profile videos, social media accounts (Instagram), websites, activity documentation, and online publications. Keywords: MSMEs; Digital Marketing; Cloud Technology; Cloud Catalog.

1. PENDAHULUAN

Secara garis besar bagian pendahuluan memuat latar belakang, perumusan masalah, tujuan kegiatan, dan kajian

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terus berkembang pesat dari waktu ke waktu, dengan para pelaku bisnis menghasilkan beragam jenis produk. Kemandirian pelaku UMKM ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran, mengentaskan kemiskinan, dan menciptakan lapangan kerja baru di suatu wilayah. Dengan demikian, hal ini akan meningkatkan penerimaan pajak negara dan kemandirian ekonomi masyarakat. DW Food Court (DFC) terletak di Glugur Kota, Kecamatan Medan Barat. DFC mulai beroperasi sejak 18 Juli 2022 dan merupakan salah satu unit usaha yang dikelola oleh Unit Pelaksana Teknis Inovasi dan Inkubasi Pusat Bisnis (UPT TI2PB), sesuai dengan SK No. 16/G/II/YP/DW/2022 tertanggal 7 Februari 2022.

Saat ini, DW Food Court (DFC) memiliki 10 UMKM kuliner yang dikelola oleh mahasiswa aktif, dengan fokus utama pada UMKM kuliner. DFC bertujuan untuk memotivasi mahasiswa dalam menerapkan mata kuliah

kewirausahaan serta mendukung visi dan misi Universitas Dharmawangsa untuk mencetak wirausaha muda yang terdidik, berkarakter, dan memiliki konsep usaha ekonomi kreatif. Mahasiswa yang tergabung dalam DFC berjualan secara tim, sehingga satu kedai (stand) biasanya dimiliki oleh lebih dari dua orang. Hal ini memungkinkan mereka untuk tetap fokus pada perkuliahan sambil berwirausaha. Mahasiswa DFC mendapatkan bimbingan langsung dari dosen mata kuliah kewirausahaan sebagai bagian dari praktek di laboratorium kewirausahaan. Pengelola DFC, UPT TI2PB, mengadakan diskusi minimal sebulan sekali untuk berbagi pengalaman dan evaluasi kegiatan jual beli selama satu periode (satu bulan). Diskusi ini bertujuan untuk memotivasi mahasiswa agar mereka merasa kehadiran mereka memberikan dampak positif bagi diri mereka sendiri dan lingkungan universitas/yayasan.

Digital content marketing adalah metode paling efektif bagi pelaku bisnis online untuk mengembangkan bisnis mereka dengan membuat konten menarik yang dipublikasikan melalui media sosial, sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dan menjadi pelanggan (Chaffey & Chadwick, 2016). Menurut Lindawati et al. (2020), Digital content marketing memiliki beberapa jenis yang dapat digunakan pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan penjualan, yaitu Konten informatif, Konten edukasi: berisi tips, cara penggunaan, atau manfaat produk, Konten interaksi: digunakan untuk pelayanan pelanggan (pengaduan/keluhan), Konten review dan cerita

Pemanfaatan content marketing yang kreatif dan inovatif dapat disesuaikan dengan karakteristik konsumen untuk mempromosikan pemasaran digital, meningkatkan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, serta meningkatkan fleksibilitas transaksi yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja (Sari, 2020). Dalam melaksanakan promosi, penggunaan media promosi sangat penting. Seiring dengan perkembangan digitalisasi UMKM, banyak pelaku usaha telah beralih ke Go Online. Media sosial internet menjadi sumber informasi yang paling banyak digunakan dalam aktivitas pemasaran di era digital (Kurniawati et al., 2019).

Menurut UU No 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha perdagangan yang berperan signifikan dalam perekonomian nasional dan dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang memenuhi kriteria tertentu. UMKM berkontribusi dalam peningkatan pendapatan nasional, penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat berpenghasilan rendah, dan pemanfaatan bahan baku lokal untuk menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat luas. Berdasarkan analisis situasi tersebut, tim PKM dan mitra mengkaji secara mendalam penyebab permasalahan ini untuk merumuskan solusi yang tepat. Generasi milenial mampu bekerja dengan cepat karena didukung oleh informasi dan teknologi internet yang up-to-date, serta kemampuan multi-tasking yang memungkinkan mereka melakukan beberapa pekerjaan sekaligus. Intinya, seluruh aktivitas generasi ini bergantung pada teknologi dan internet (Hayu, 2019). Generasi milenial yang berjiwa wirausaha cenderung mendominasi kegiatan usaha mereka dengan memanfaatkan teknologi internet untuk menciptakan dan menjalankan usaha secara online, sehingga mereka memiliki tingkat kreativitas dan inovasi yang tinggi serta gagasan yang menarik (Hasanudin, 2017).

Untuk mengatasi permasalahan ini, tim PKM menawarkan beberapa solusi kepada mitra, termasuk pelatihan dan pendampingan yang meliputi motivasi, pengetahuan, dan keterampilan dalam pengembangan cloud catalog dan fitur digital marketing UMKM, bantuan modal atau fasilitas penunjang usaha, serta sistem yang mendukung operasional pemasaran produk baik secara konvensional maupun digital. Pendampingan secara berkala dianggap penting agar pelatihan tidak sia-sia. Anggota DFC sebagai wirausaha muda yang terdidik, berkarakter, dan memiliki konsep usaha ekonomi kreatif masa kini diharapkan mampu memahami cloud catalog dan fitur digital marketing UMKM untuk menghimpun data variasi produk, jumlah mahasiswa yang berwirausaha, dan memperluas jaringan pasar.

2. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan analisis situasi pada DFC, tim PKM dan mitra menganalisis secara mendalam faktor-faktor yang menyebabkan permasalahan tersebut agar dapat dirumuskan solusi yang tepat. Analisis ini mencakup berbagai aspek, seperti pemahaman teknologi digital di kalangan mahasiswa UMKM, kendala yang dihadapi dalam mengadopsi sistem digital marketing, dan keterbatasan sumber daya yang tersedia. Tim juga mengevaluasi sejauh mana pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menggunakan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka.

Tabel 1. Data Pelaku Usaha DW Food Court

No	Pemilik	Nama Usaha	Jenis Usaha	Sosial Media
1	Zaki	Ayam Bakar Si Teuku	Nasi Ayam Bakar/ Penyet/ Recheese/ BBQ	@ayambakarteuku
2	Salsa & Sulaiman	Happy Bowl	Nasi Samyang/ Ayam Geprek, Roti Kukus, Sate Taichan	@happybowl9
3	Putra dkk	Warung Kedan	Nasi Pecel Lele, Pisang Coklat, Es Smoothies	-
4	Dila	Dapur Dilla	Nasi Goreng, Mie Level, Seblak, Mie Richeese, Aneka Mocketail	-
5	Dinda & Bagus	AB burger	Burger	-
6	Kaisa & Aju	Kedai Bakso	Misop, Bakso Kojek Nasi Ayam Kentucky	-
7	Annisa	Dapercami	Cemilan dan Nasi Gurih	-
8	Fadli & Akbar	PannBarr	Kopi Olahan & Dinsum	-
9	Cici & Dita	Kedai Cici	Lok Lok, Sphageti Salad Buah	-
10	Yola	Soto Yotian	Gorengan, Nasi Soto Ayam	-

Selanjutnya, tim PKM bekerja sama dengan mitra untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik dari setiap UMKM di DW Food Court (DFC). Proses ini melibatkan diskusi dengan para mahasiswa pengelola UMKM untuk memahami tantangan yang mereka hadapi dan mengumpulkan masukan tentang jenis dukungan yang mereka butuhkan. Selain itu, tim juga melakukan observasi langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang operasional dan strategi pemasaran yang saat ini digunakan oleh UMKM tersebut. Dengan informasi yang telah dikumpulkan, tim PKM dan mitra merumuskan solusi yang komprehensif dan terarah. Solusi ini mencakup penyediaan pelatihan intensif tentang penggunaan teknologi digital, pengembangan materi edukasi yang mudah dipahami, dan pemberian bantuan modal serta fasilitas yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan sistem digitalisasi. Tim juga merancang program pendampingan berkelanjutan untuk memastikan bahwa para mahasiswa UMKM dapat mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan baru mereka secara efektif dalam praktik sehari-hari.

Selain itu, tim PKM mengusulkan strategi untuk memperluas jaringan pemasaran UMKM melalui kolaborasi dengan platform digital dan media sosial. Ini termasuk pembuatan konten digital yang menarik, optimasi penggunaan media sosial, dan pengelolaan kampanye pemasaran online yang efektif. Dengan pendekatan ini, diharapkan UMKM di DW Food Court dapat meningkatkan visibilitas mereka di pasar, menarik lebih banyak pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan volume penjualan.

Melalui analisis mendalam dan solusi yang dirumuskan, tim PKM dan mitra berharap dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM di DW Food Court, mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, dan meningkatkan kesejahteraan para mahasiswa pengelola UMKM. Untuk subjek yang akan menjadi pelaku dalam PKM adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Peserta Pelatihan dan Pendampingan DFC

No	Kelompok	Jumlah
1	Anggota DFC (10 stand)	30 Orang
2	Tim UPT TI2PB	2 Orang
3	Tim PKM (3 Dosen, 2 Mahasiswa)	5 Orang
	Jumlah	37 Orang

Metode pelaksanaan kegiatan ini melibatkan beberapa tahapan yang dirancang untuk memastikan keberhasilan dan kelangsungan program. Tahapan-tahapan tersebut meliputi:

1. Tahap Survei dan Observasi

Pada tahap ini, tim PKM akan melakukan survei dan observasi untuk mengumpulkan data awal mengenai kondisi dan kebutuhan UMKM di DW Food Court. Informasi ini akan menjadi dasar untuk merancang program pelatihan dan pendampingan yang sesuai.

2. Tahap Pelatihan dan Implementasi (Modul dan Form Survei)

- Manfaat Fitur Digital Marketing
Memberikan pemahaman mendalam tentang manfaat penggunaan fitur digital marketing bagi UMKM, termasuk peningkatan visibilitas dan daya tarik produk.
- Motivasi Konsistensi Pembuatan dan Pengelolaan Konten Digital Marketing
Mendorong para peserta untuk secara konsisten membuat dan mengelola konten digital marketing yang menarik dan relevan.
- Pembuatan Video Profil dan Video Testimoni Usaha
Melatih peserta dalam membuat video profil dan video testimoni usaha yang efektif untuk promosi dan membangun kepercayaan pelanggan.
- Konsep Desain Menu dan Flyer Usaha
Mengajarkan peserta tentang konsep desain yang menarik untuk menu dan flyer usaha, guna meningkatkan daya tarik visual dan informasi.
- Cloud Computing di Era Digital Marketing
Memberikan pengetahuan tentang penggunaan cloud computing dalam mendukung operasional digital marketing, termasuk pengelolaan data dan efisiensi bisnis.

3. Tahap Dokumentasi (Foto dan Video)

Pada tahap ini, kegiatan pelatihan dan implementasi akan didokumentasikan melalui foto dan video. Dokumentasi ini bertujuan untuk mencatat perkembangan dan hasil dari setiap tahapan kegiatan.

4. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Setelah pelatihan dan implementasi, tim PKM akan melakukan monitoring dan evaluasi untuk menilai efektivitas program. Evaluasi ini melibatkan pengumpulan umpan balik dari peserta dan analisis hasil yang telah dicapai.

5. Tahap Pemeliharaan dan Pembuatan Laporan

Tahap akhir ini mencakup pemeliharaan sistem dan dukungan yang telah diberikan, serta penyusunan laporan akhir yang merangkum seluruh kegiatan, hasil yang dicapai, dan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

Tabel 3. Jadwal Kegiatan

No	Uraian Kegiatan	Nop 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	April 2023	Mei 2023
1	Penyusunan proposal							
2	Review usulan oleh tim reviewer							
3	Perbaikan usulan							
4	Pengumuman proposal yang lolos							
5	Penandatanganan Kontrak & BA							
6	Pelaksanaan PKM							
	▪ Survei & Observasi			M1				
	▪ Manfaat fitur <i>digital marketing</i>			M3				
	▪ Motivasi konsistensi pembuatan dan pengelolaan konten <i>digital marketing</i>			M3				
	▪ Pembuatan video profil dan testimoni usaha			M4				
	▪ Konsep desain menu dan flyer usaha				M1			
	▪ <i>Cloud computing di era digital marketing</i>				M2			
	▪ Monitoring dan evaluasi							
7	Pengumpulan laporan kemajuan							
8	Monev PKM							
9	Laporan Akhir							

Dengan metode pelaksanaan yang terstruktur ini, diharapkan kegiatan dapat berjalan dengan lancar, memberikan manfaat maksimal bagi UMKM di DW Food Court, dan menghasilkan dampak positif yang berkelanjutan.

3. HASIL PEMBAHASAN

Hasil dari Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang dilakukan oleh tim PKM pada DW Food Court (DFC) dapat dilihat dari berbagai output yang dihasilkan, yaitu konten digital marketing, video profil usaha, dan modul cloud computing. Konten digital marketing mencakup strategi pemasaran online yang dirancang untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik UMKM di DFC melalui platform media sosial dan situs web. Video profil usaha berfungsi sebagai alat promosi yang menampilkan keunikan dan keunggulan setiap UMKM, membantu menarik minat konsumen dengan cerita visual yang menarik. Selain itu, modul cloud computing yang disusun memberikan panduan praktis bagi UMKM dalam mengadopsi teknologi cloud untuk meningkatkan efisiensi operasional dan manajemen data. Melalui berbagai hasil ini, diharapkan UMKM di DFC dapat lebih kompetitif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pasar.

Tabel 4. Fitur Digital Marketing Anggota Dharmawangsa Food Court

No	Pemilik	Nama Usaha	Jenis Usaha	Sosial Media	Desain Menu	Video Profil
1	Zaki	Ayam Bakar Si Teuku	Nasi Ayam (Bakar/ Penyet/ Recheese/BBQ)	@ayambakarteuku https://www.instagram.com/ayambakarteuku/	https://drive.google.com/file/d/1hBlz2AGkwcpoQp9hwKZb4L733P25n/view?usp=sharing	https://www.instagram.com/p/CpFv8Fv83/
2	Salisa Sulaiman	Happy Bowl	Nasi Samyang/ Ayam Geprek, Roti Kukus, Sate Taichan	@happybowl9 https://www.instagram.com/happybowl9/	https://drive.google.com/file/d/16qt6iC9H2FruxPxevT3Rf-WAEon/view?usp=sharing	https://www.instagram.com/p/CpF0RoaAGE/
3	Putra Piliangdkk	Warung Kedan	Nasi Pecel Lele, Pisang Coklat Dinsum Ayam, Smoothies, Kentang/Bakso Goreng	@warung_kedan https://www.instagram.com/warung_kedan/	https://drive.google.com/file/d/1XrNOiK8TQenLku00CD1M9U1er32KwKv3/view?usp=sharing	https://www.instagram.com/p/CpU0MT4O9T2/
4	Dinda Bagus	AB burger	Burger, Takoyaki, Es Coklat	@burger_ab_undhar https://www.instagram.com/burger_ab_undhar/	https://drive.google.com/file/d/1sIA9wOt6084Hf778gV0aH7dPUfrWa9/view?usp=sharing	https://www.instagram.com/p/CpXmVnUov/
5	Kaisa & Aju	Kedai Bakso Mas Aju	Misop, Bakso Kojek Nasi Ayam Kentucky, Jasuke	@baksomasaju.undhar https://www.instagram.com/baksomasaju.undhar/	https://drive.google.com/file/d/1eqM-qXYBnFHYvXa4yE12LCtFUY6nf3h/view?usp=sharing	https://www.instagram.com/p/CpFuhC-vT2/
6	Dilla	Dapur Dilla	Nasi Goreng, Mie Level, Seblak, Mie Richeese, Mocaltail	@kedaipinky_dw https://www.instagram.com/kedaipinkydw/	https://drive.google.com/file/d/18gypQHVL88duZara-wx8Uk99nCPnjobC/view?usp=sharing	https://www.instagram.com/p/CpDCKQamMw/
7	Annisa	Dapercami	Cemilan dan Nasi Gurih	@dapercami	https://drive.google.com/file/d/1Er28YGo5r7KkHza1a2YeweSiscPhw24/view?usp=sharing	-
8	Fadli & Akbar	PannBarr	Kopi Olahan & Dinsum	@pann.coffee @barr_dinsum	https://drive.google.com/file/d/1qgk4t1a13TcCdMethG1SDUf4Y1C1V4hOL/view?usp=sharing	https://www.instagram.com/p/Cp9rk-casqv/ https://www.instagram.com/p/CpUM8ufvH5I/
9	Cici & Dita	Kedai Cici	Jajan Korea, Lok Lok, Sphageti Salad Buah	@kedai_resto	https://drive.google.com/file/d/1t98bdrUa9UHacdQSS1Tbvuaqx0kt3Y/view?usp=sharing	https://www.instagram.com/p/CpC-MbNvSO/
10	Yola	Soto Yotian	Aneka Gorengan, Nasi Soto Ayam	@yotian	-	-

Tabel 5. Modul Pelatihan Cloud Catalog Dan Integrasi Digital Marketing UMKM

No	Kegiatan	Pemateri	Link Google Drive
1	Pelatihan tentang manfaat fitur <i>digital marketing</i>	Zelvi Gustiana, S.Kom, M.Kom (0116089401)	https://drive.google.com/file/d/1fS6L6P9KPydEUkfXW1TEK_v3u65i_SKQ/view?usp=sharing
2	Pelatihan motivasi tentang konsistensi pembuatan dan pengelolaan konten <i>digital marketing</i>	Al Firah, M.Si (0124118601)	https://drive.google.com/file/d/16G1-0z5aptZi6B-Z_y25jkKK8ixztuea/view?usp=sharing
3	Pelatihan pembuatan video profil dan video testimoni usaha	Zelvi Gustiana, S.Kom, M.Kom (0116089401)	https://drive.google.com/file/d/1SE85pSUchLklQJS-Ek1HXK0DIE7nMx7/view?usp=sharing
4	Pelatihan konsep desain menu dan flyer usaha	Al Firah, M.Si (0124118601)	https://drive.google.com/file/d/1nxA0IL6yW8rcDdZeuV4hSths4gm0Bef/view?usp=sharing

© 2022 The Author(s). Published by UNITY ACADEMY . This is an open access article under the CC BY-SA license (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

5	Pelatihan pembuatan dan penerapan <i>cloud catalog</i> dan fitur <i>digital marketing</i>	Ananda Hadi Elyas, S.Kom, M.Kom (0124078702)	https://drive.google.com/file/d/1XUZjAPglG5WopcGvAJKP-2H6IyPJAo8i/view?usp=sharing
---	---	--	---

Contoh flyer menu dan flyer usaha yang telah dihasilkan dapat dilihat pada gambar di bawah ini. Flyer menu dirancang dengan tampilan yang menarik dan informatif, menampilkan berbagai pilihan hidangan yang ditawarkan oleh setiap UMKM di DW Food Court (DFC), lengkap dengan deskripsi singkat dan harga. Flyer usaha, di sisi lain, memberikan informasi tentang masing-masing UMKM, termasuk profil bisnis, keunggulan produk, dan cara pemesanan. Desain visual yang menarik dan tata letak yang rapi pada flyer-flyer ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen serta memudahkan mereka dalam memahami informasi yang disampaikan. Melalui penggunaan flyer yang efektif, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik UMKM di DFC, serta mendukung upaya pemasaran yang lebih luas dan terstruktur.



Ayam Bakar Si Teuku (Zaki)

AB Burger (Adinda dan Bagus)

Gambar 2. Desain Menu dan Flyer Usaha

Pelatihan pembuatan video profil dan video testimoni usaha yang telah diadakan menghasilkan video-video yang diunggah oleh peserta UMKM di DFC ke media sosial. Para peserta diwajibkan membuat video profil yang bertujuan untuk mempromosikan bisnis mereka dan menarik perhatian calon pelanggan yang menjadi target pasar mereka. Video profil ini menampilkan informasi penting tentang UMKM, termasuk latar belakang bisnis, produk yang ditawarkan, dan keunggulan kompetitif mereka.

Selain itu, video testimoni dari pelanggan juga dihasilkan untuk menambah kredibilitas dan menarik minat lebih banyak konsumen. Testimoni ini memberikan pandangan nyata tentang pengalaman pelanggan yang telah menggunakan produk atau jasa UMKM tersebut, sehingga calon pelanggan dapat lebih percaya dan tertarik untuk mencoba. Untuk melihat contoh salah satu video profil yang telah dibuat oleh peserta, dapat dilihat pada gambar berikut. Video tersebut menampilkan bagaimana UMKM mempresentasikan diri mereka dengan cara yang kreatif dan menarik, memanfaatkan teknologi video untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan kehadiran online mereka.



Gambar 3. Video Profil dan Video Testimoni usaha Video @ayambakarteuku

Dengan pelatihan ini, diharapkan para peserta UMKM di DFC dapat lebih mahir dalam menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif, meningkatkan visibilitas bisnis mereka, dan menarik lebih banyak pelanggan melalui konten video yang profesional dan menarik

4. KESIMPULAN

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, pemahaman tentang cloud catalog dan integrasi digital marketing di kalangan UMKM mahasiswa bertujuan untuk mengumpulkan data terkait variasi produk UMKM dan jumlah mahasiswa yang berwirausaha. Untuk mencapai tujuan ini, diperlukan pendampingan usaha yang melibatkan pelatihan, bantuan modal atau fasilitas usaha, serta sistem yang mendukung operasional pemasaran produk baik secara konvensional maupun digital. Saat ini, kurang dari 50% anggota DW Food Court (DFC) telah memanfaatkan fitur digital marketing untuk mempromosikan produk mereka. Banyak anggota DFC masih merasa

nyaman menggunakan metode konvensional, seperti menunggu pembeli datang ke stand jualan dan berpartisipasi dalam bazar UMKM. Melalui kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini, diharapkan jaringan pemasaran dapat diperluas dan volume penjualan dapat ditingkatkan secara berkala melalui digitalisasi.

Menurut data yang diperoleh tim PKM, hanya 3 dari 12 stand (25%) di DW Food Court yang memiliki akun media sosial (Instagram) untuk memasarkan produk mereka. Pasar yang kompetitif menuntut pelaku UMKM untuk berani mencoba dan mengambil risiko, bukan dengan mengubah total usaha mereka, tetapi dengan melakukan inovasi, modifikasi, dan kreativitas untuk mempengaruhi pasar. Generasi milenial dengan jiwa wirausaha mendominasi kegiatan ini dengan memanfaatkan teknologi canggih dan inovasi kreatif dalam dunia usaha, memperoleh informasi terbaru, dan kemampuan multi-tasking untuk mencapai keuntungan. PKM ini menawarkan beberapa solusi kepada DW Food Court, termasuk sosialisasi dan pelatihan tentang cloud catalog UMKM dengan integrasi fitur digital marketing. Pelatihan ini mencakup pembuatan desain poster menu usaha, dokumentasi foto dan video profil usaha, serta publikasi di media massa, online, dan artikel nasional. Diharapkan solusi ini dapat memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan secara berkala melalui sistem digitalisasi yang terintegrasi.

5. REFERENSI

- Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice, 6th. Pearson.
- Fachrizal A., A. Kusumawati, . A. Irawan. (2019). Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi pada Strategi Content Marketing Amstirdam Coffee Malang). 73(1), 78–87.
- Hasanudin, A. (2017). Milenial Nusantara. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Hayu, R. S. (2019). Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Millennial Indonesia. JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan), 4(1), 61. <https://doi.org/10.32503/jmk.v4i1.362>
- Kurniawati, E., Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Bagi Kelompok Usaha Bersama (KUB) “SRIKANDI”. JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat, 2(2), 132–138. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v2i2.2722>
- Smith, K. T. (2003). The Marketing Mix Of Imc: A Move From The 4 P’s To The 4c’s. Journal of Integrated Marketing Communications, 1–3
- Sri Lindawati, M. H. & J. H. (2020). No Title (Cetakan I). Kita Menulis.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian usaha mikromenurut Keputusan Menteri Keuangan No.40 / KMK.O6 / 2010 tanggal 29 Januari 2010.
- UKM Kuliner Melesat berkat Platform Teknologi
<https://katadata.co.id/ariemega/infografik/5e9a55dcdc7d5/umkm-kuliner-melesat-berkat-platform-teknologi>
<https://cloudraya.com/blog/apa-itu-cloud-computing>
<https://cloudraya.com/blog/potensi-pasar-layanan-cloud-computing-di-indonesia/>