

IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING UNTUK ANGGOTA KADIN KOTA BANDUNG (PELATIHAN ENTERPRISE RESOURCE PLANNING DAN PEMANFAATAN APLIKASI OPENSOURCE)

R. Wahjoe Witjaksono^{1*}, Warih Puspitasari², Muhardi Saputra³

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

*E-mail: wahyuwicaksono@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kemajuan Teknologi Informasi semakin cepat dan ringkas, Smartphone yang merupakan gadget yang banyak digunakan oleh Sebagian besar lapisan masyarakat semakin mempercepat akses informasi melalui media digital, hal ini mendorong semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan smartphone untuk pemasaran dan berkomunikasi melalui jalur internet. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Pengusaha sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu digital marketing. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa menggloabal atau mendunia. Dengan jumlah pengguna social media berbasis chat ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggamannya smartphone. Untuk itu program studi sarjana sistem informasi menyelenggarakan Pengabdian masyarakat dengan tema implementasi digital marketing yang bekerjasama dengan Kadin kota Bandung. Kegiatan ini adalah kelanjutan dari pelatihan-pelatihan sebelumnya dan merupakan bagian dari pelatihan *Enterprise Resource Planning(ERP)*. Pelatihan yang dilakukan kali ini adalah melatih UMKM yang sudah siap Go Digital untuk mengimplementasikan Digital Marketing yang diselenggarakan tanggal 17 November 2022 di Kadin kota bandung Jalan Talagabodas no. 31 Bandung. Dengan diadakan pelatihan ini maka diharapkan UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin kota Bandung bisa menerapkan *Digital Marketing* dalam kegiatan usaha mereka sehingga berdampak kepada meningkatnya omzet penjualan dan pelanggan yang pada akhirnya bisa memberikan nilai keuntungan secara terus-menerus bagi UMKM.

Kata Kunci: *Enterprise Resource Planning, ERP, Kadin, Digital Marketing, UMKM Go Digital*

1. Pendahuluan

Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia merupakan organisasi yang menjadi payung bagi dunia usaha Indonesia. Salah satu tugas KADIN adalah membina anggotanya untuk bisa berkembang di bidang usahanya sehingga bisa mewujudkan keinginan menuju ekonomi Indonesia yang tangguh dan berkeadilan.

Pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Indonesia beberapa waktu belakangan ini telah menyebabkan TIK menjadi *enabler* baik bagi industri bisnis maupun bagi organisasi pemerintahan. Kemampuan yang dapat diberikan TIK dalam memberikan dan mendistribusikan informasi secara cepat, tepat dan akurat membuat para pengambil keputusan bergantung kepada teknologi, terutama dalam mendapatkan informasi terkait pengambilan keputusan. Salah satu untuk langkahnya adalah dengan peningkatan kualitas SDM pengusaha Indonesia di bidang Teknologi Informasi.

ERP adalah perangkat lunak yang digunakan oleh perusahaan untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan informasi disetiap area bisnis perusahaan. Sistem ERP menggunakan sebuah database umum yang dapat diakses oleh masing-masing area bisnis, sehingga aliran informasi operasional dari sebuah perusahaan dapat termonitor dengan baik dan tidak terdapat duplikasi informasi. Integrasi departemen yang dihasilkan setelah penerapan sistem ERP dapat mempercepat proses pekerjaan baik didalam suatu departemen atau lintas departemen sebuah perusahaan (Pratama et al., 2016).

Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu digital marketing. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa menggloabal atau mendunia. Dengan jumlah pengguna social media berbasis chat ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah

membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggamannya smartphone (Ratna Gumilang, 2019)

Strategi dan implementasi Digital Marketing merupakan bagian dari ERP dan menjadi hal yang harus dipahami terutama untuk memahami proses bisnis ERP modul Sales, Distribution dan Marketing. Sehingga menjadi sesuatu hal yang sangat penting bagi pengusaha UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung karena dengan diselenggarakan pelatihan ini, para pengusaha bisa memanfaatkan teknologi informasi sebagai salah satu hal yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan melalui teknologi informasi.

Selain alasan diatas pelatihan ini akan melibatkan banyak sumber daya manusia dari berbagai lembaga atau instansi, sehingga dibutuhkan pemahaman yang seragam tentang apa dan bagaimana ERP itu harus diterapkan serta penguasaan tools yang dapat membantu dalam mengelola dan mengotrol pelaksanaan berbagai aktivitas yang dilakukan dalam strategi digital marketing yang nantinya akan menjadi bagian yang penting dalam penerapan ERP.

KADIN kota Bandung merupakan lembaga yang memegang peranan penting dalam pelaksanaan pengembangan Sumber daya perusahaan Kecil dan Menengah di kota Bandung. Sehingga KADIN bisa mendorong anggotanya untuk mempunyai pengetahuan tentang ERP secara umum dan strategi digital marketing khususnya, serta perlu pula menguasai *tools* teknologi informasi atau berbasis digital yang dapat membantu meningkatkan penjualan dengan mudah. Berkaitan dengan alasan tersebut maka perlu adanya transfer pengetahuan dari pihak Telkom University dalam hal ini tim pengembang ERP terhadap para UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung tentang apa itu ERP dan bagaimana memanfaatkan tools berbasis opensource tersebut.

Tujuan yang hendak dicapai dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini diantaranya adalah:

- a. Memberikan sharing pengetahuan kepada para UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung tentang apa dan bagaimana Enterprise Resource Planning (ERP)
- b. Memberikan pelatihantentang bagaimana mengoperasikan Aplikasi ERP berbasis OpenSource kepada UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung.

Terdapat beberapa manfaat yang akan dihasilkan dari kegiatan ini diantaranya adalah:

- a. Menciptakan pemahaman yang sama tentang ERP diantara tim pengembang ERP dari Program Studi SI dengan para UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung. Indikator keberhasilan pencapaian manfaat ini ditandai dengan para UMKM Mitra Binaan BPPKU

Kadin Kota Bandung mengetahui kontribusi apa yang diperlukan dari masing-masing individu untuk mendukung berjalannya proyek pengembangan ERP sektor UMKM di Kota Bandung.

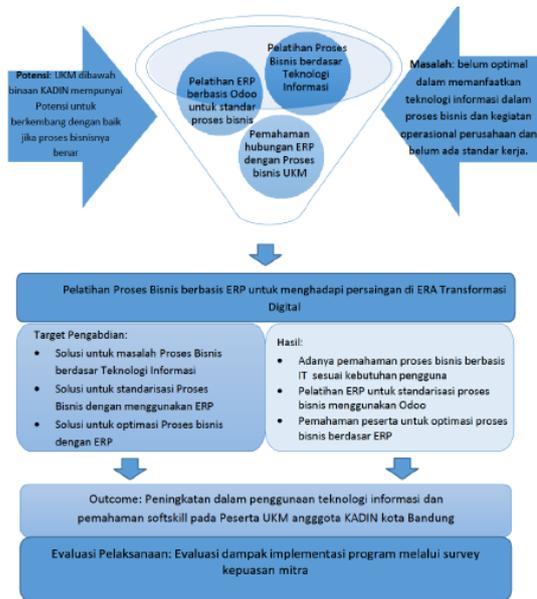
- b. Meningkatkan skill para UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung dalam mengelola hubungan dengan pelanggan dengan menggunakan tools aplikasi OpenSource. Indikator Keberhasilan dari manfaat ini adalah para UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung sudah mampu mengoperasikan Aplikasi ERP berbasis OpenSource.
- c. Menciptakan hubungan yang lebih erat antara Tim dari program studi Sistem Informasi Universitas Telkom dan para UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung sehingga proses kerjasama untuk menyelesaikan proyek pengembangan ERP dapat lebih mudah dilaksanakan.

2. Metodologi

Agar tepat dengan sasaran yang ingin dicapai maka Pelatihan ERP yang akan dilakukan adalah pelatihan yang harus mengetahui kondisi mitra sesungguhnya seperti apa. Dalam pengembangan pelatihan Digital Marketing pada anggota KADIN kota Bandung nantinya akan terdiri dari:

- a. Analisa gap analisis antara kebutuhan user dan proses bisnis existing
- b. Perancangan proses bisnis usulan
- c. Model pelatihan yang akan dilaksanakan
- d. Membantu Implementasi proses bisnis yang akan digunakan dengan memanfaatkan Teknologi Informasi.

Sesuai dengan kebutuhan mitra KADIN Kota Bandung, penggunaan Digital Marketing menjadi pilihan terbaik dalam Pelatihan implementasi sistem Digital Marketing untuk pengabdian masyarakat. Karena yang berfokus pada pemanfaatan teknologi informasi untuk kebutuhan pemasaran produk UMKM. Yang nantinya Digital marketing ini akan menjadi satu kesatuan dengan sistem ERP yang terintegrasi. KADIN kota Bandung dalam kegiatan ini berpartisipasi dalam menyiapkan ruangan pelatihan berkoordinasi dengan peserta binaan. Selain itu, menjadi tempat studi kasus selama diadakannya pelatihan dan pendampingan sampai program pengabdian kepada masyarakat ini selesai. Kedepannya pihak mitra akan menyiapkan dan melakukan training kepada user yang akan menggunakan aplikasi ini, dan melaporkan penggunaan aplikasi yang sudah dibuat secara berkala.



Gambar 1. Metodologi Pelaksanaan

Potensi UMKM/UKM dibawah binaan Kadin Kota Bandung mempunyai potensi untuk berkembang dengan baik jika proses bisnisnya benar. Masalahnya UKM tersebut belum memanfaatkan teknologi informasi dalam proses bisnis dan kegiatan operasional perusahaan dan belum ada standar kerja. Untuk itu maka UKM perlu diberikan:

1. Pelatihan proses bisnis berdasar teknologi informasi.
2. Pelatihan ERP berbasis Odoo, karena odoo adalah aplikasi ERP yang murah dan bagus, untuk standar proses bisnis.
3. Pemahaman hubungan ERP dengan proses bisnis UKM.

Sehingga pelatihan proses bisnis berbasis ERP untuk menghadapi persaingan era transformasi digital ini bisa mewujudkan target Pengabdian masyarakat seperti:

1. Solusi untuk masalah proses bisnis berdasarkan teknologi informasi
2. Solusi untuk standarisasi proses bisnis dengan menggunakan ERP
3. Solusi untuk optimasi proses bisnis dengan ERP

Sehingga dari pengabdian masyarakat ini akan dihasilkan

1. Adanya pemahaman proses bisnis berbasis IT sesuai kebutuhan pengguna
2. Pelatihan ERP untuk standarisasi proses bisnis menggunakan odoo
3. Pemahaman peserta untuk optimasi proses bisnis berdasar ERP

Outcame yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan dalam penggunaan teknologi informasi dan pemahaman softskill pada peserta UMKM anggota Kadin kota Bandung.

Setelah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat perlu dilakukan evaluasi pelaksanaan dengan cara melakukan evaluasi dampak implementasi program pengabdian masyarakat melalui survey kepuasan mitra.

4. Hasil dan Pembahasan

Masyarakat sasar dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung. BPPKU sendiri adalah Badan Promosi dan Pengelola Keterkaitan Usaha yaitu sebuah lembaga yang konsisten melakukan pembinaan, pendampingan dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah.

Tujuan Pendirian BPPKU KADIN Kota Bandung:

- a. Meningkatkan kualitas UKM Potensial di Kota Bandung, sekaligus disiapkan menjadi UKM handal dan siap berkembang.
- b. Memperkuat jiwa kewirausahaan dan meningkatkan kemampuan manajerial UKM Kota Bandung.
- c. Membangun komunitas dan jaringan UKM dalam rangka fungsi penguatan sehingga UKM dapat kuat, mandiri dan berkembang.
- d. Memperluas lapangan kerja, menyerap tenaga kerja, sehingga menambah omzet usaha, dalam upaya mengembangkan ekonomi suatu wilayah
- e. Meningkatkan kualitas manajemen usaha kecil dengan parameter terlaksananya system manajemen berupa rencana usaha dan sistem pelaporan
- f. Membantu percepatan LPE Kota Bandung dengan diberdayakannya UKM menuju UKM mandiri.

Sedangkan UMKM Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung sendiri adalah jenis UMKM seperti tersebut dibawah ini.

- a. UKM dalam tahap pengembangan usaha
- b. UKM yang sedang melalui tahapan penguatan usaha
- c. Entrepreneur baru
- d. Masyarakat calon Enpreneur

Target pelatihan ini anggota Mitra Binaan BPPKU Kadin Kota Bandung dengan lokasi pelatihan di Graha KADIN Kota Bandung Jalan Talagabodas no. 31 Kota Bandung.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 17 November 2022. Sebelum diadakan pelatihan pihak pelaksana yang terdiri dari 3 dosen dan mahasiswa mengadakan pertemuan dengan pihak Kadin dalam hal ini BPPKU untuk melihat pelatihan apa yang sesuai dan peserta yang cocok untuk mengikuti pelatihan, kemudian ditentukan target yaitu 20 peserta dan maksimum adalah 25 peserta.

Pihak Kadin akan menyebarkan undangan, menyediakan ruangan, dan membantu operasional pelaksanaan pelatihan, sedangkan pihak

Universitas Telkom menyiapkan materi pelatihan, sebagai pembicara utama dan menyiapkan semua keperluan anggaran untuk operasional pelatihan.

Target peserta adalah 20 UMKM, dari 27 yang diundang, jumlah peserta yang hadir sebanyak 20 orang, Setiap peserta wajib membawa produk yang nantinya akan didemokan untuk dibuat brandnya dan konten videonya. karena masih pandemi covid-19 dan pelaksanaannya dilakukan offline di kantor KADIN Kota Bandung, maka pelaksanaan pelatihan ini dibatasi jumlah pesertanya dan waktunya serta dilakukan dengan protokol kesehatan yang berlaku sehingga kegiatan ini meski terbilang sukses tetapi kurang maksimal dari sisi peserta.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berupa pelatihan dan dibagi menjadi 2 tahap. Tahap pertama berupa pemaparan Digital marketing dan aplikasi Digital Marketing dan tahap kedua berupa implementasi aplikasi Digital Marketing, untuk Hari 2 akan dilakukan pendampingan ke peserta pelatihan yang berminat untuk implementasi digital marketing dan dilakukan pendampingan setelah pelatihan berlangsung.

Kegiatan Acara yang direncanakan adalah sebagai berikut:

1. Registrasi ulang
2. Upacara Pembukaan Kegiatan
3. Strategi Branding
4. Strategi Kemasan
5. Konsep QRIS
6. Canva dan Implementasinya untuk Branding
7. TikTok dan Implementasi Digital Marketing
8. Merancang dan membuat Materi Digital Marketing
9. Penutupan

Acara dibuka oleh ketua Kadin Kota Bandung Pak Iwa Gartwa, beliau mengharapkan kerjasama dengan Telkom University tidak berhenti di sekedar pelatihan saja tetapi juga dilakukan pendampingan dan implementasi digital marketing di lingkungan UKM sehingga bisa mengangkat UKM di kota Bandung dengan memanfaatkan teknologi informasi. Ketua Kadin juga memberikan motivasi berbisnis dan strategi pemasaran bagi UKM dengan selalu mengikuti kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh Kadin yang bekerjasama dengan pihak lain termasuk dengan Universitas Telkom.

Setelah pembukaan maka dilakukan pemaparan materi. Seharusnya dari Kadin Kota Bandung ada 1 sesi pemaparan materi yaitu Strategi Branding, namun karena pembicaranya berhalangan hadir, akhirnya materi ini dibawa oleh pihak Universitas Telkom dan disatukan dengan judul Strategi Branding dan Kemasan.

Karena kondisi kota Bandung masih rawan Covid-19, meskipun sudah agak mereda, namun

protocol Kesehatan masih diberlakukan dan kegiatan yang rencananya adalah 2 hari dipersingkat menjadi 1 hari. Dari 9 agenda acara yang direncanakan akhirnya dipangkas menjadi beberapa saja yang penting dan paling sesuai dengan kondisi peserta UMKM yaitu:

1. Registrasi ulang
2. Upacara Pembukaan Kegiatan
3. Strategi Branding dan Kemasan
4. Konsep QRIS
5. Merancang dan membuat Materi Digital Marketing
6. Penutupan

Merancang dan membuat materi Digital marketing merupakan demo membuat konten digital marketing menggunakan canva dan upload produk yang dijual dengan menggunakan IG dan Tiktok yang dilakukan oleh dosen dan dibantu oleh mahasiswa system Informasi.

Acara dilanjutkan dengan tanya jawab dan pengisian kuesioner, dan kemudian dilanjutkan dengan penutupan acara dan tak lupa diberikan semacam plakat kerjasama antara Telkom University dan Kadin Kota Bandung. Dilanjutkan dengan foto Bersama dengan tetap menjaga protocol kesehatan dan maka berakhirlah acara pengabdian masyarakat dengan tema “Pelatihan proses bisnis berbasis ERP untuk optimalisasi perusahaan lebih efisien dan efektif anggota Kadin Kota Bandung sesi Implementasi Digital Marketing”. Kegiatan selanjutnya adalah menjalin kerjasama jangka panjang dengan peserta pelatihan melalui pembinaan implementasi Digital marketing, dan berikutnya adalah pelatihan pemanfaatan digital marketing untuk menembus pasar yang sudah berbasis digital.



Gambar 2. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Diakhir acara dibagi kuesioner ke peserta dan diberikan souvenir kepada peserta yang mengembalikan form kuesioner yang telah diisi dan diharapkan dari hasil kuesioner itu bisa didapatkan UMKM mana yang akan dijadikan mitra awal untuk didampingi lebih lanjut untuk implementasi ERP.

Feedback kegiatan

Setelah dilakukan pelaksanaan kegiatan, maka Disebarkan kuesioner dengan butir-butir penilaian seperti yang terlihat di Tabel 1.

Tabel 1. Feedback Peserta Pelatihan

No	Feedback	Kode
1	Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri	Q1
2	Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran	Q2
3	Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini relative telah mencukupi sesuai dengan kebutuhan	Q3
4	Dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama kegiatan	Q4
5	Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan program pengabdian masyarakat Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang	Q5

Dari hasil kuesioner yang disebarakan ke peserta, didapatlah feedback dari 20 peserta yang mengisi dan mengembalikan feedback tersebut, dengan hasil seperti gambar 3. Dari hasil kuesioner terlihat bahwa:

1. Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri 13 setuju 7 sangat Setuju
2. Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran 11 setuju 9 sangat setuju
3. Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini telah mencukupi sesuai kebutuhan 12 setuju 8 sangat setuju
4. Dosen dan mahasiswa universitas tekem bersikap ramah, cept, dan tanggap membantu selama kegiatan 9 setuju 11 sangat setuju
5. Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan program pengabdian masyarakat universitas Telkom saat ini dan di masa mendatang 9 setuju dan 11 sangat setuju

6. Referensi

Pada bagian referensi menggunakan style berikut (Berdasarkan abjad):

Pratama, D., Witjaksono, W., & Ambarsari, N. (2016). Penerapan Sistem Informasi Berbasis Enterprise Resource Planning Menggunakan SAP Modul Plant Maintenance di PT. Len Industri. *Sisfo*, 06(01), 37–50.



Gambar 3. Hasil Kuesioner

Dari hasil kuesioner terlihat bahwa masyarakat sasaran bisa menerima kegiatan ini, hanya butir Q1-Q3 perlu ditingkatkan lagi agar hasilnya lebih banyak yang sangat setuju, sedangkan butir Q4-Q5 sebagian besar masyarakat sasaran puas dengan program pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Universitas Telkom.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari Dosen dan mahasiswa program studi Sistem Informasi Universitas Telkom telah mengenalkan Program studi Sistem informasi Universitas Telkom dan kegiatan kegiatan yang dilakukan kepada masyarakat luas, memberikan wawasan bagi UMKM anggota Kadin kota Bandung tentang implementasi digital marketing, dengan materi strategi branding dan kemasan berbasis digital, QRIS, dan demo implementasi pembuatan konten dengan canva dan mengupload lewat Instagram dan TikTok, sebagai bagian dari pengembangan ERP.

Hasil yang diperoleh adalah mitra masyarakat sasaran sangat puas dengan pelaksanaan pengabdian masyarakat dibuktikan dengan hasil kuesioner yang sebagian besar sangat setuju dan setuju, namun masih perlu dilakukan pendampingan dalam mengimplementasikan digital marketing dan ERP.

Akhirnya masih perlunya diadakan pelatihan dan pembinaan secara berkesinambungan di bidang teknologi informasi untuk menuju UMKM Go Digital.

<https://doi.org/10.24089/j.sisfo.2016.09.003>
Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>