



PKMD PADA UKM KEMBANG GOYANG DENGAN PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMASARAN BERBASIS WEB DI DESA LONJOBOKO KECAMATAN PARANGLOE KAB.GOWA

Dolly Indra¹, Harlinda¹, Lilis Nur Hayati¹, Nurul Rismayanti¹

¹ Fakultas Ilmu Komputer. Universitas Muslim Indonesia

Email: dolly.indra@umi.ac.id ; harlinda@umi.ac.id ; lilis.nurhayati@umi.ac.id
nurul.rismayanti@gmail.com

Abstract

Marketing is one of the most important functions in UKM (Small and Medium Business), where appropriate marketing can determine the sales volume and product position in the market. UKM of shaking flower, Lonjoboko village, Parangloe sub-district has a problem that is they are not active and understanding about marketing their product extensively and still a lack of media facilities for online information systems. On this PkMD for solving the problem of partner such as providing counseling, and simulations about product marketing, provide training for the partner and provide information system service facilities based online. PkMD target is facilitate counseling, simulation and training for UKM by creating realize a prosperous and smart society in marketing products based online. PkMD output is partners get an online entrepreneurship management training module and application based web and partner is able to be independent in implementing it and articles in the media.

Keywords : *Community Development, Marketing, Information Systems, Shaking flower*

A. PENDAHULUAN

Dengan semakin majunya teknologi dalam era globalisasi ini, setiap UKM berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produksinya maupun manajemen pemasarannya dengan tujuan memaksimalkan keuntungan-keuntungan sesuai target yang diinginkan oleh setiap UKM. Pemasaran merupakan salah satu fungsi yang sangat penting dalam UKM, dimana dengan pemasaran yang tepat dapat menentukan volume penjualan dan posisi UKM (produk) di pasar. Dengan menganalisis hasil survei dengan berdasarkan kegiatan penelaahan dan kajian teori-teori yang ada pada literatur yang telah dikumpulkan, responden menganggap penting penggunaan strategi pemasaran pada perusahaannya agar UKM dapat berkembang dan berjalan dengan baik sejalan dengan teknologi pada saat ini



Gambar 1. Rumah produksi Kembang Goyang

UKM Kembang Goyang terletak di Desa Lonjoboko kecamatan Parangloe. Kembang Goyang salah satu kue tradisional nusantara . Nama kembang goyang berasal dari bentuknya yang menyerupai kelopak bunga atau kembang yang sedang mekar dan proses membuatnya digoyang-goyang hingga adonan terlepas dari cetakan. Bahan dalam pembuatan Kembang Goyang 100gr gula halus, secukupnya, 2 butir telur kocok lepas, 1/2 sdt vanili bubuk. Per-10 biji dibungkus plastik putih dijual 5 rb dan 20 biji dijual 10rb. Produksi masih pada sekitar daerah Desa Lonjoboko karena pemasaran masih bersifat tradisional dari mulut ke mulut dan belum memiliki media pemasaran yang meningkatkan kemampuan pemasaran produk Kembang Goyang.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk mendukung realisasi program Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ilmu Komputer Pada Pelaku UKM Kembang Goyang terletak di Desa Lonjoboko kecamatan Parangloe. adalah Tanya jawab (diskusi) mendengar permasalahan yang dialami, Presentasi Menyampaikan Rencana solusi yang kami tawarkan dalam Pemasaran produk dalam bentuk berbasis Web, Pelatihan Pengoperasian Aplikasi Web Kembang Goyang Mengajarkan bagaimana mengoperasikan Aplikasi Web dan Bagaimana Memasarkan produk agar tertarik.

C. HASIL DAN URAIAN KEGIATAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), kegiatan ini dilakukan pada UKM Kembang Goyang di Desa Lonjoboko kecamatan Parangloe dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pelatihan Pengoperasian Aplikasi Web Kembang Goyang

Pelatihan Aplikasi Web dan Bagaimana Memasarkan produk agar dapat memperluas jaringan pemasaran secara meluas dan dapat banyak pelanggan sistem informasi pemasaran dengan media berbasis online pemasarannya lebih cepat, tepat, akurat sesuai keinginan pembeli



Gambar 2. Pelatihan Aplikasi Web Kembang Goyang

2.Implemtasi Systemn Produk

Launching produk di aplikasi Web dan mendesain kemasan produk desain kemasan produk yang menarik dan dapat memikat konsumen untuk membeli produk Kembang Goyang.



Gambar 3. Implementasi System Produk

3. Aplikasi System

Tampilan Web Kembang Goyang dalam pemasarannya teknologi dan komputerisasi yang dapat memudahkan dalam pelayanan sistem informasi pemasaran produk secara meluas dapat meningkatkan produktifitas.





Gambar 4. Web kembanggoyang.com

Untuk pemanfaatan Teknologi dan Komputerisasi dan mendorong kemandirian mitra dalam Pengembangan masyarakat dalam pemasaran produk yang akan dipasarkan dengan menggunakan media maka hasil yang dicapai :

1. Mitra UKM terampil dalam pemasaran produk secara meluas.
2. Mitra UKM terampil menggunakan media pemasaran teknologi berbasis online.
3. Mitra UKM terampil dan fasih mengakses teknologi sistem informasi pemasaran produk.

UKM Kembang Goyang Desa Lonjoboko banyak membuat usaha ini menajdi oleh oleh kha malino namun kemudian terkendala di pemasaran. Meski hasil pembuatannya melimpah namun pembeli yang datang masih hitung jari dan pemasaran yang dilakukan oleh UKM Kembang Goyang masih dalam cakupan



skala lokal, lokasi penjualan kembang Goyang UKM kurang strategis karena terletak dalam desa dan jauh dari perkotaan padahal permintaan Kembang Goyang di pasar tergolong tinggi. Dalam sekali produksi 5kg adonan bisa menghasilkan 1000 biji kembang goyang. Kemudian dikemas berdasarkan kemasan sesuai ukurannya 100gram, 250 gram, 500 gram dan varian rasa Jahe, rempah dan original. Dalam proses pembuatannya juga mitra membutuhkan 3 orang sebagai tenaga kerja untuk membantu mitra dalam memproduksi kembang goyang, dan setelah Kembang goyang matang maka langkah selanjutnya adalah pengemasan. Produksi yang dihasilkan melimpah dan dalam pemasarannya masih belum stabil. Strategi yang dikembangkan dalam rangka peningkatan pemasaran kembang goyang di UKM Desa Lonjoboko yang berskala lokal menjadi berskala nasional yaitu membuat web pemasarannya. Produksi yang dihasilkan melimpah dan meningkat 30% dengan adanya media pemasaran berbasis online atau Web, maka (LPkM) akan mengusahakan para UKM secara aktif dan kontinyu dengan cara :

1. Menanamkan pemahaman pentingnya akan pemasaran secara meluas dapat meningkatkan produktifitas.
2. Memberikan arahan ke UKM sistem pemasaran dengan teknologi media dapat meningkatkan kesejahteraan.
3. Meningkatkan kapasitas UKM untuk lebih berkembang.
4. Menanamkan pemahaman bahwa sistem pemasaran dengan media dapat memperluas jaringan pemasaran secara meluas dan dapat banyak pelanggan.
5. Memberikan pandangan sistem informasi pemasaran dengan media berbasis online pemasarannya lebih cepat, tepat, akurat sesuai keinginan pembeli.
6. Menanamkan paradigma bahwasanya penggunaan internet merupakan media yang mudah digunakan dengan manfaat yang besar.



Gambar 4 Kegiatan Yang Dihasilkan

D. KESIMPULAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan dengan kegiatan pkmd pada ukm kembang goyang dengan peningkatan kemampuan pemasaran berbasis *web* di desa lonjoboko kecamatan parangloe kab.gowa mendapatkan modul dan dapat mengimplementasikan dan diterapkan dalam usaha yang digeluti, bisa memasarkan produknya dengan mudah dan cepat, bisa mandiri dalam pemasarannya dan sudah banyak dikenal dari semua kalangan baik dilingkungan lokal dan nasional, dan Kembang Goyang dalam pengemasannya lebih menarik dan sangat menggugah pembeli untuk membeli produknya .

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPkM) Universitas Muslim Indonesia Makassar atas dana Pengabdian Internal yang telah diberikan untuk melaksanakan Pengabdian

F. DAFTAR PUSTAKA

Arif Budimanta dan Bambang Rudito.(2008), *Metode dan Teknik Pengelolaan Community Development*, cet. Ke II Jakarta.hal. 33.



Indra dolly, nurhayati lilis, *Pengembangan Masyarakat Pada Pelaku Usaha Industri Abon Ikan Gabus Berbasis Web Di Kel.Bontoparang Kec.Parangloe Kab.Gowa* . Jurnal Balireso Vol 3, No 1 (2018)

Marimin. 2008. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo. Jakarta

McLeod, Raymod. (2004). *Management Information System*, Ninth Edition, Prentice Hall, Penterjemah : Heri Yuliyanto S.Si.,M.Kom (MC)

McLeod Raymond .(2007)“ *Management Information System*”, ke 9,