

Pelatihan Pembuatan E-Katalog Sebagai Media Penjualan Online Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Kampung Cincau Kelurahan Gudang Kota Bogor

Wimpi Srihandoko, Ani Mekaniwati, Yudin Taqyudin
Program Studi S1 Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan
Program Studi Bio Kewirausahaan, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan
E-Mail: ani.mekaniwati@ibik.ac.id

*E-Catalogue for
Marketing of Small
Business*

67

Submitted:
DECEMBER 2022

Accepted:
JANUARI 2023

ABSTRACT

Indonesia is a developing country where economic growth in Indonesia is developing rapidly both materially and non-materially, this need can be in the form of procurement of goods/services. The challenge faced by micro, small and medium agro-industry players (MSMEs) is to maintain growth in local and global markets. With the Covid-19 pandemic, it has also had an impact on trade in Indonesia, namely the shifting behavior of trading patterns has changed, which was previously carried out directly (offline), now it is required to become indirect (online) so that business continues to run. In realizing the success of achieving the vision in the economic sector at a broader level with the development of technology, especially in the procurement of goods/services quickly, precisely, transparently and efficiently in reaching customers. In Presidential Regulation No. 54 of 2010 concerning Government Procurement of Goods/ Services, it is intended to make it easier for MSMEs to carry out marketing of goods/services through an E-Purchasing mechanism with an E-catalog system, to support government procurement in the internet of things (IoT) era so that it is in harmony with developments over time with the aim of making the organization more responsive, transparent and accessible so that checks and balances occur. This e-catalog is the government's way of encouraging MSMEs to revive in the era of adapting to new habits or the new normal to overcome the impact of declining turnover in order to strengthen and empower MSMEs.

Keywords: MSMEs, Marketing, E-Catalog

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang dimana pertumbuhan ekonomi di Indonesia berkembang pesat secara materiil maupun non materiil, kebutuhan tersebut dapat berupa pengadaan barang/jasa. Tantangan yang dihadapi pelaku agroindustri mikro kecil menengah (UMKM) adalah mempertahankan pertumbuhan di pasar lokal dan global. Dengan adanya pandemi Covid-19 ini juga telah berpengaruh terhadap perdagangan di Indonesia yakni adanya shifting behavior pola perdagangan menjadi berubah, yang semula dilakukan secara langsung (offline), saat ini dituntut untuk menjadi tidak langsung (online) agar usahanya tetap berjalan. Dalam mewujudkan keberhasilan pencapaian visi dalam sektor perekonomian padatingkat yang lebih luas lagi dengan berkembangnya teknologi khususnya dalam pengadaan barang/jasa secara cepat, tepat, transparansi dan efisien dalam menjangkau customer. Dalam Peraturan Presiden No 54 tahun 2010 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah ini ditujukan untuk mempermudah UMKM dalam menjalankan pemasaran barang/jasa dengan melalui mekanisme E-Purchasing dengan sistem E-katalog, untuk menunjang pengadaan pemerintah pada era internet of Things (IoT) agar selaras dengan perkembangan jaman dengan tujuan agar organisasi lebih responsif, transparan dan accessible sehingga terjadi check and balance. E-katalog ini merupakan cara pemerintah dalam mendorong UMKM kembali bangkit di era adaptasi kebiasaan baru atau new normal untuk menganggulangi dampak penurunan omset guna memperkuat dan memberdayakan UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran, E-Katalog

JADKES

Jurnal Abdimas Dedikasi
Kesatuan
Vol. 4 No. 1, 2023
page 67-70
IBI KESATUAN
E-ISSN 2745 – 7508
DOI: 10.37641/jadkes.v4i1.2424

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang dimana pertumbuhan ekonomi di Indonesia berkembang pesat secara materiil maupun non materiil, kebutuhan tersebut dapat berupa pengadaan barang/jasa. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan yang melibatkan masyarakat Indonesia, UMKM ini memiliki kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), nilai ekspor nasional dan investasi nasional.

Pada saat ini dengan berlangsungnya pembatasan sosial bersekala besar (PSBB) akibat COVID-19 yang membuat perekonomian di Indonesia melemah, ini menjadikan keadaan UMKM sendiri mengalami penurunan pada pemasukan sehingga banyak dari mereka mengalami kerugian. Tantangan yang dihadapi pelaku agroindustri mikro kecil menengah (UMKM) adalah mempertahankan pertumbuhan di pasar lokal dan global. Dalam mewujudkan keberhasilan pencapaian visi dalam sektor perekonomian pada tingkat yang lebih luas lagi dengan berkembangnya teknologi khususnya dalam pengadaan barang/jasa secara cepat, tepat, transparan dan efisien dalam menjangkau customer. Pada pengadaan barang/jasa secara elektronik ini telah diatur pada Peraturan Presiden No 54 Tahun 2010 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

Pada UMKM saat ini penjualan di era digital sangat penting untuk mengatasi permasalahan yang sering mereka alami tentang bagaimana mengenal target pasar serta untuk lebih mengembangkan usaha dan meminimalisir hilangnya konsumen, dengan ini diharapkan UMKM dapat melihat peluang dan potensi mereka. Dalam Peraturan Presiden No 54 tahun 2010 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah ini ditujukan untuk mempermudah UMKM dalam menjalankan pemasaran barang/jasa dengan melalui mekanisme E-Purchasing dengan sistem E-katalog untuk menunjang pengadaan pemerintah pada era internet of Things (IoT) agar selaras dengan perkembangan jaman dengan tujuan agar organisasi lebih responsif, transparan dan accessible sehingga terjadi check and balance. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, yang pada intinya adalah penurunan omset karena kondisi pandemic saat ini dan kurangnya pengetahuan dalam pemasaran produk era digital. Masalah tersebut harus segera diselesaikan untuk memaksimalkan daya saing.

Dengan adanya inovasi berupa E-katalog ini, diharapkan pendapatan UMKM dapat meningkat. Berbeda dengan apabila barang/jasa yang dijual secara langsung (offline). Kemungkinan yang terjadi apabila barang/jasa dijual secara langsung (offline) barang/jasa tersebut tidak dapat mengenal target pasar dan potensi.

TINJAUAN PUSTAKA

Katalog berasal dari bahasa Indonesia berasal dari kata *Catalog* dalam bahasa Belanda, serta *Catalogue* dari bahasa Inggris. Istilah katalog itu sendiri berasal dari frase Yunani *Katalogos*. Kata bermakna sarana atau menurut, sedangkan *logos* memiliki berbagai arti seperti kata, susunan, alasan dan nalar. Jadi katalog dari segi kata bermakna sebuah karya dengan isinya disusun menurut cara yang masuk akal.

Beberapa definisi katalog menurut ilmu perpustakaan dapat disebutkan sebagai berikut

- a. Katalog berarti daftar berbagai jenis koleksi perpustakaan yang disusun menurut sistem tertentu. (Fathmi, 2004)
- b. Katalog perpustakaan adalah daftar buku atau koleksi pustaka dalam suatu perpustakaan atau dalam suatu koleksi. (Sulistyo-Basuki, 1991)

Tujuan Katalog

Menurut Sulistyo-Basuki (1991) tujuan dari Katalog adalah sebagai berikut:

1. Memungkinkan seorang menemukan sebuah buku yang diketahui pengarangnya, judulnya atau subjeknya.
2. Menunjukkan buku yang dimiliki perpustakaan oleh pengarang tertentu, berdasarkan subjek tertentu dan dalam jenis literatur tertentu.
3. Membantu dalam pemilihan buku berdasarkan edisinya dan berdasarkan karakternya (sastra ataukah berdasarkan topik).

Fungsi Katalog

1. Memudahkan *user* dalam *retrieval* bahan pustaka yang dibutuhkan berdasarkan informasi yang mereka ketahui, bisa berupa judul, pengarang, maupun berdasarkan bidang ilmu yang diperlukan.
2. Untuk menunjukkan apakah perpustakaan memiliki buku yang dikarang oleh pengarang tertentu, mengenai subjek tertentu dan dalam bentuk tertentu.
3. Sebagai wakil ringkas dari bahan pustaka yang dimiliki perpustakaan.

Menurut Qalyubi dkk (2007) menyebutkan fungsi katalog adalah sebagai berikut:

1. Mencatat karya seseorang pada tajuk yang sama.
2. Menyusun entri pengarang secara tepat sehingga semua karya seseorang berada pada tajuk yang sama.
3. Mencatat semua judul bahan pustaka yang dimiliki suatu perpustakaan.
4. Menunjukkan rujukan silang (*cross reference*) dari beberapa istilah atau nama-nama yang sama yang digunakan sebagai tajuk.
5. Memberikan petunjuk letak/lokasi bahan pustaka yang disusun pada perpustakaan. memberikan uraian tentang setiap karya yang dimiliki suatu perpustakaan sehingga pengguna perpustakaan (*user*) dapat memperoleh informasi yang lengkap tentang karya itu.

METODE

Pengabdian dilaksanakan bersama, Rw 02, Kampung Cincau Kelurahan Gudang. Masalah yang dihadapi oleh UMKM, dapat diselesaikan dengan cara dilakukannya koordinasi antara pengusulyakni KLDI dan penyedia dengan LKPP. Beberapa metode yang digunakan untuk memecahkan masalah yaitu: (1) menyelenggarakan pelatihan/praktik pengoprasian E-katalog, (2) mendampingi proses pembuatan E-katalog (3) mendampingi mitra dalam pendaftaran E-katalog dalam barang/jasa UMKM. KLDI dan penyedia secara aktif berkoordinasi dengan LKPP. Koordinasi dilakukan dalam rangka penyelesaian masalah yang dihadapi oleh UMKM.

Pentingnya koordinasi disebabkan karena para LKPP memiliki informasi secara mendalam mengenai kondisi dan masalah pada pemasaran. Terkait dengan tempat koordinasi. Pada tahap persiapan melaksanakan koordinasi dengan mitra, mengidentifikasi permasalahan mitra, menyusun modul, sosialisasi kepada peserta, mengadakan koordinasi dengan UMKM, masyarakat. Kemudian tahap pelaksanaan, meliputi kegiatan pelaksanaan pelatihan, simulasi kegiatan, pembuatan video kegiatan.

Terakhir tahap evaluasi, penyusunan laporan kegiatan, pembuatan laporan, publikasi kegiatan, pembuatan artikel. Adapun rencana kegiatan, PKM akan dilaksanakan 1 bulan yang meliputi tahap persiapan pelatihan (melaksanakan koordinasi dengan mitra, mengidentifikasi permasalahan mitra, menyusun modul, sosialisasi kepada peserta, mengadakan koordinasi UMKM maupun masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian masyarakat adalah terciptanya sebuah E-katalog bagi UMKM yang berfungsi untuk mempermudah dan meningkatkan volume perdagangan dari mitra. Adapun hasil pengabdian masyarakat terdiri dari beberapa bagian yang terdiri dari : nama produk, mekanisme penggunaan produk dan manfaat penggunaan produk, yang termuat dalam web dengan nama "[http://pojokukm.ibik.ac.id/.](http://pojokukm.ibik.ac.id/)"

1. Nama Produk

Nama produk hasil pengabdian masyarakat adalah E-katalog di laman web

2. Mekanisme Penggunaan Produk

Produk pengabdian masyarakat berisi catalog dalam bentuk digital yang berisi produk makanan kue kering dan kue basah dari UMKM dengan berbagai varian jenis, ukuran dan harga. Varian-varian tersebut akan mengalami fluktuasi secara periodik,

baik harga, jenis dan ketersediaannya, sehingga membutuhkan update secara berkala. Kehadiran produk e-katalog akan sangat membantu UMKM dalam melakukan perubahan secara berkala karena jenis produk yang ditawarkan sangat banyak dan beragam. Dengan model e-katalog, maka kendala waktu dan ketepatan serta ketelitian dalam melakukan update produk dapat teratasi sehingga memudahkan mitra dalam melakukan transaksi, sekaligus mengetahui barang mana saja yang terjual, masih ada dan/atau out of stock.

Produk akan digunakan oleh mitra secara periodik dengan hanya melakukan update pada varian dan jenis tertentu, yang berkaitan dengan ketersediaan barang, fluktuasi harga dan ketersediaan varian. Produk pengabdian masyarakat akan sangat membantu mitra karena tidak perlu repot dalam melakukan updating barang dagangan secara manual melalui medium WhatsApp (WA). Dengan demikian mitra dapat terbantu bukan hanya terkait dengan tampilan, namun juga terkait manajemen stok dan manajemen keuangan.

3. Manfaat Penggunaan Produk

Produk pengabdian masyarakat akan membantu mitra untuk melakukan evaluasi produk, evaluasi penjualan dan evaluasi keuangan. Dengan adanya produk ini mitra akan tampil lebih profesional dan lebih banyak menjangkau pasar secara sistematis dan massif. Dengan demikian diharapkan mitra dapat tumbuh lebih besar dan menginspirasi tumbuhnya UMKM lainnya.

Pada pemakaian program ini pembeli terdapat sistem login dan pendaftaran pada tahap awal untuk masuk ke tahap pencarian barang, terdapat pemisahan kategori barang yang memudahkan dalam proses pemilihan serta terdapat konfirmasi orderan secara bertahap.

PENUTUP

Produk e-katalog bagi mitra akan sangat berguna baik secara internal maupun eksternal. Terlebih di masa pandemi, produk ini tidak hanya akan membantu mitra bertahan di tengah pandemi, namun bisa jadi akan membantu mitra memperluas pasar dan jangkauan pasar. Termasuk juga mengidentifikasi pembeli dan pola pembelian serta karakteristik konsumen. Manfaat produk ini akan paripurna karena menyangkut aspek hulu sampai hilir.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah, Lembaran Negara Nomor 93 Tahun 2008
- Muhammad Iqbal. 2020. Pengaruh Pelaksanaan E-Katalog Dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Terhadap UMKM. *Journal. Universitas Semarang*.
- Dina Yulistina Baiq dan Desi Dwi Arianti. 2019. E-Katalog Sebagai Sistem Informasi Pemasaran Kopi Sapit Berbasis Web. Universitas Hamzanwadi AR.
- Indra Syahbandar. 2017. Media Promosi Meubel Berbasis E- Catalogue. STMIK - IKMI Cirebon.
- Relung Halim. 2013. Pembuatan E-Katalog Dan E-Lelang Pada Sistem Android. Universitas Surabaya.
- Rainanto, B.H. and Fathiah, R., 2020. PKM Pembekalan Pelaku UMKM Kota Bogor Tentang Strategi Diferensiasi Dan Positioning Untuk Bertahan Dan Menang. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), pp.95-100.
- Piramita, S., Hannan, S., & Purba, J. H. V. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kpr Non Subsidi Dengan Mediasi Persepsi Merek (Studi Pada Bank Xyz). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 487–497. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.2.487>
- Puspitasari, R., & Astrini, D. (2021). Dampak Literasi Dan Inkuisi Keuangan Terhadap Kinerja Pelaku UMKM Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 181–190. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.771>
- Riwoe, F. L. R., & Purba, J. H. V. (2021). Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Dalam Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kampus IBI Kesatuan. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 5(1), 51. <https://doi.org/10.36339/jaspt.v5i1.409>