

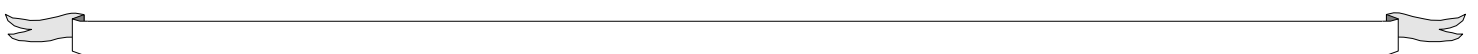


STRATEGI PEMASARAN UMKM DENGAN MENGUNAKAN TEKNOLOGI INFORMASI

UMKM merupakan salah satu sektor penopang perekonomian. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada tahun 2022, UMKM menyumbangkan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian. Mengingat sifatnya yang padat karya, maka UMKM dapat secara efektif menciptakan lapangan kerja sesuai dengan tingkat kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat. UMKM juga telah terbukti mampu bertahan terhadap guncangan krisis ekonomi tahun 1997 dan tetap menunjukkan eksistensinya dalam perekonomian. UMKM memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam perekonomian, khususnya pada negara-negara berkembang. Untuk itu pengembangan sektor UMKM sangat diperlukan dalam rangka untuk peningkatan ekonomi. Selain itu juga, UMKM merupakan salah satu alternatif solusi bagi permasalahan-permasalahan sosial seperti kemiskinan dan pengangguran. Bahkan UMKM juga merupakan salah satu sektor ekonomi yang telah terbukti mampu bertahan dari guncangan krisis sehingga ekonomi terus berjalan.

Upaya pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan UMKM perlu selalu dilakukan baik oleh pemerintah maupun pelaku usaha sendiri. Dalam hal permodalan, upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah sudah cukup baik, mulai dari program KUR sampai dengan paket kebijakan yang berpihak pada UMKM. Berbagai permasalahan-permasalahan yang dihadapi UMKM harus segera ditangani. Adapun masalah-masalah yang sering timbul dan dihadapi oleh UMKM yaitu

- a. Meningkatnya harga bahan baku produksi.
- b. Sumber daya manusia yang terbatas.
- c. Memiliki permasalahan dalam permodalan dalam membuka usaha.
- d. Kurangnya sarana dan prasarana
- e. Kurangnya akses pemasaran produk



Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, khususnya pelaku usaha UMKM sendiri yaitu dengan:

- a. Pelaku UMKM dapat mengembangkan pasarnya melalui situs belanja online (e-commerce) yang juga ikut berkembang seiring dengan perkembangan internet. Perluasan pasar bagi UMKM sangat terbuka mengingat daya jangkau e-commerce sangat luas karena dapat dijangkau oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja selama konsumen terkoneksi ke internet. Pelaku UMKM dapat memilih memasarkan produknya melalui salah satu atau memilih semua kegiatan dalam e-commerce, yaitu pertama, model iklan baris seperti OLX.com, berniaga.com, dan lain lain.
- b. Pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan jejaring media sosial dalam pemasaran produknya. Jejaring media sosial saat ini tidak lagi hanya sebagai alat bertukar informasi antar teman atau keluarga saja, tetapi telah banyak digunakan untuk program pemasaran berbagai macam produk, baik dari industri besar maupun UMKM. Jejaring media sosial yang paling banyak digunakan untuk media pemasaran adalah facebook, instagram, youtube, dan lain-lain. Selain itu, media komunikasi yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM dengan pelanggan dapat melalui Whatsapp, Line, Short Message Service (SMS), dan lain sebagainya. Pelaku UMKM juga dapat membangun nama merek mereka (brand awareness) melalui media sosial dengan teknik brand endorsement.
- c. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan di masyarakat. Upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan ini dapat melalui kurikulum pendidikan yang terintegrasi mulai dari sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi. Untuk itu perlu ada kebijakan yang menjadikan mata pelajaran kewirausahaan menjadi salah satu mata pelajaran wajib di sekolah. Saat ini, pemasaran melalui teknologi informasi menjadi hal yang cukup mudah dan murah untuk dilakukan oleh pelaku UMKM. Untuk itu pemerintah perlu mempercepat proyek infrastruktur komunikasi (Palapa Ring) agar kualitas internet yang tinggi, aman, dan murah dapat dinikmati oleh pelaku UMKM di seluruh Indonesia.