




Baso Aci Tata Snack goes to marketplace for smart city concept in Kediri

Djunaedi✉, Angga Rizka Lidiawan, Nursamsu, Edi Sinengko, Rima Novita Almatari
Universitas Kediri, Kediri, Indonesia

✉ djunaedi@unik-kediri.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.6497>

Abstract

The Kediri Government encourages the Smart City concept to be applied by all its people. The smart city concept also influenced Baso Aci Tata Snack to change its marketing method which initially used traditional methods to modern ways using sophisticated technology. Baso Aci Tata Snack is one of the MSMEs in Kediri City engaged in the culinary sector. The purpose of this service activity is to encourage MSME players of Baso Aci Tata Snack to have wise and effective knowledge about the use of digital media (marketplace) in their marketing activities so that their sales turnover can increase. The method used in this activity is the survey method. The results achieved in this activity are the knowledge and understanding of employees and owners of Baso Aci Tata Snack regarding the use of technology in determining strategies to go to marketplace. This service activity is very useful for Baso Aci Tata Snack because it can increase the profit to be obtained besides that the training carried out can increase the productivity of Baso Aci Tata Snack so as to improve employee welfare.

Keywords: *Baso aci; Marketplace; Smart city*

Baso Aci Tata Snack goes to marketplace untuk mewujudkan konsep smart city di Kota Kediri

Abstrak

Pemerintah Kota Kediri mendorong konsep *smart city* agar dapat diterapkan oleh seluruh masyarakatnya. Konsep *smart city* tersebut juga mempengaruhi Baso Aci Tata Snack untuk mengubah cara pemasarannya yang pada mulanya menggunakan cara tradisional menjadi cara modern dengan menggunakan teknologi yang canggih. Baso Aci Tata Snack merupakan salah satu UMKM di Kota Kediri yang bergerak di bidang kuliner. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah mendorong para pelaku UMKM Baso Aci Tata Snack agar memiliki pengetahuan yang bijak dan efektif tentang penggunaan media digital (*marketplace*) dalam kegiatan pemasaran mereka sehingga omzet penjualan mereka dapat meningkat. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu metode survei. Hasil yang dicapai dalam kegiatan ini yaitu pengetahuan dan pemahaman karyawan dan owner Baso Aci Tata Snack mengenai penggunaan teknologi dalam menentukan strategi untuk *go to marketplace*. Kegiatan Pengabdian ini sangat bermanfaat bagi Baso Aci Tata Snack karena dapat meningkatkan laba yang akan diperoleh. Selain itu pelatihan yang dilakukan ini dapat meningkatkan produktivitas Baso Aci Tata Snack sehingga meningkatkan kesejahteraan karyawan.

Kata Kunci: *Baso aci; Marketplace; Smart city*

1. Pendahuluan

Kota Kediri sebagai *hinterland city* atau kota penyangga dari Ibukota Provinsi mengalami fase yang sama dengan kota-kota lain di dunia. Permasalahan muncul tiada henti, silih berganti, mengambil dan mengubah bentuknya mengikuti perkembangan jaman. Sebagai penyelenggara pemerintahan yang memiliki tugas utama untuk memberikan pelayanan publik yang berkualitas, menjamin keselamatan warga, dan memberikan kehidupan yang berkualitas kepada setiap penduduk di dalamnya. Pemerintah Kota Kediri pun terus berusaha untuk selalu berjalan bersandingan dengan perubahan jaman. Konsep *smart city* yang dinamis dan memfokuskan diri pada inovasi, solusi dan pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber daya teknologi secara optimal menjadi pilihan yang tidak dapat terelakkan.

Gerakan digitalisasi dan komputasi mulai bergerak sejak tahun 2004 dan mulai mempercepat langkahnya di tahun 2012. Namun hal tersebut masih belum didukung dengan SDM yang memadai, selain itu UMKM di Kota Kediri dinilai masih belum memiliki daya saing yang tinggi, dalam dari faktor internal seperti produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi (Ben Letaifa, 2015). Daya saing yang tinggi sangat diperlukan dalam bersaing dengan pasar global seperti Masyarakat Ekonomi Asean. Kondisi ini memang memberikan tantangan, namun juga dapat memperoleh peluang bagi UMKM. Mengadopsi penggunaan teknologi informasi merupakan salah satu solusi untuk meningkatkan daya saing (Rerung, 2018). Pemerintah Kota Kediri sedang gencar melakukan digitalisasi dalam berbagai aspek, salah satunya adalah aspek ekonomi. Dimana pemerintah Kota Kediri mendorong para pelaku UMKM untuk melakukan digitalisasi yaitu dengan memanfaatkan *marketplace* dalam menjalankan usahanya.

Hal ini merupakan salah satu cara pemerintah untuk memulihkan pertumbuhan ekonomi di masa pandemi, serta menjadi salah satu kunci untuk mewujudkan *smart economics* dalam konsep *smart city*. Oleh karena itu dukungan penuh dari kalangan akademisi, kalangan praktisi, maupun kalangan mahasiswa sangat diharapkan pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing agar dapat tetap kompetitif dan mampu bersaing di era MEA. Konsep *smart city* tersebut juga mempengaruhi Baso Aci Tata Snack untuk mengubah cara pemasarannya yang pada mulanya menggunakan cara tradisional menjadi cara *modern* dengan menggunakan teknologi yang canggih. Hal tersebut berbanding terbalik dengan kemampuan SDM yang masih belum menguasai pemanfaatan teknologi yang canggih tersebut. Tujuan pengabdian ini adalah mendorong para pelaku UMKM agar memiliki pengetahuan yang bijak dan efektif tentang penggunaan media digital (*marketplace*) dalam kegiatan pemasaran mereka sehingga omzet penjualan mereka dapat meningkat (Berlianda, 2019).

2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan November hingga awal Desember 2021 di UMKM Baso Aci Tata Snack Mojoroto, Kota Kediri. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode survei yang diawali dengan rapat koordinasi tim pengabmas dan dilanjutkan dengan persamaan persepsi dengan mitra. Kemudian, pengabdian melakukan wawancara terhadap objek dalam hal ini adalah pengetahuan UMKM mengenai penggunaan *marketplace* sebagai media pemasaran

sedangkan subjek survei adalah Baso Aci Tata Snack. Selanjutnya dilaksanakan *community development* yang berupa pemberdayaan UMKM dengan menjadikan para pelaku UMKM sebagai subjek dan sekaligus objek pembangunan dan melibatkan secara langsung sebagai upaya meningkatkan peran serta mereka dalam pembangunan demi kepentingan mereka sendiri. Kemudian, pengabdian melakukan *Focus Group Discussion* (FGD). Metode *Focus Group Discussion* (FGD) ini memiliki karakteristik utama yaitu menggunakan data interaksi yang dihasilkan dari diskusi di antara para partisipannya. FGD dibagi dalam tiga tahap yaitu: 1) tahap koordinasi, 2) tahap validasi data dan informasi, 3) evaluasi dan tindak lanjut. Pengabdian melakukan pendampingan latihan bersama selama pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada bulan November sampai awal Desember 2021 di Baso Aci Tata Snack Mojoroto. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai pada tanggal 15 November 2021 yaitu koordinasi yang dilakukan antara tim pengabdian dengan mitra, koordinasi tersebut berupa persamaan persepsi, mengurus surat izin dan pembagian tugas. Pada hari berikutnya tepatnya pada tanggal 17 November 2021 tim pengabdian melakukan identifikasi pengetahuan awal mitra mengenai definisi dan tata cara penggunaan *marketplace*. Selain itu, tim pengabdian juga menyampaikan materi, ide-ide peluang usaha serta strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh UMKM Baso Aci Tata Snack. Tim pengabdian juga melakukan *sharing session* dengan mitra mengenai strategi pengembangan produk yang dapat dilakukan oleh UMKM Baso Aci Tata Snack. Inovasi dan Kreativitas perlu dikembangkan oleh mitra agar produk yang dihasilkan dapat bervariasi sesuai dengan keinginan konsumen sehingga mitra dapat meningkatkan penjualan.

Gambar 1 menunjukkan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan tim pengabdian bersama dengan mitra mengenai pemanfaatan dan implementasi penggunaan *marketplace* untuk menunjang kegiatan pemasaran UMKM Baso Aci Tata Snack. Tim pengabdian melakukan bimbingan teknis tentang pengelolaan usaha Baso Aci Tata Snack secara optimal agar dapat memberikan keuntungan yang maksimal dan meminimalisir adanya risiko kerugian. Selain itu, tim pengabdian membantu mitra dalam memasarkan/mengenalkan produknya untuk lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas, selain masyarakat di lingkungan Baso Aci Tata Snack beroperasi, yaitu dengan memanfaatkan *marketplace* yang ada (Shopee, Tokopedia, JD.id, Bukalapak, Lazada, Blibli).



Gambar 1. Dokumentasi pelatihan dan pendampingan mitra

4. Kesimpulan

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dalam bentuk pelatihan pemanfaatan kemajuan teknologi khususnya dalam penggunaan *marketplace* yang tersedia (Shopee, Tokopedia, JD.id, Bukalapak, Lazada, Blibli) dalam meningkatkan produktivitas dan mendukung pemerintah Kota Kediri dalam mewujudkan konsep *smart city*. Manfaat yang diperoleh dari Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di Kecamatan Mojoroto Kota Kediri ini adalah pengetahuan dan pemahaman karyawan dan owner Baso Aci Tata Snack mengenai penggunaan teknologi dalam menentukan strategi untuk *go to marketplace*. Kegiatan Pengabdian ini sangat bermanfaat bagi Baso Aci Tata Snack karena dapat meningkatkan laba yang akan diperoleh selain itu pelatihan yang dilakukan ini dapat meningkatkan produktivitas Baso Aci Tata Snack sehingga meningkatkan kesejahteraan karyawan. Dengan demikian kegiatan ini dapat ditindaklanjuti dengan langsung mempraktikkan hasil yang didapatkan dari pelatihan yang telah dilakukan.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih banyak kepada civitas akademika, LP3M Universitas Kediri dan seluruh pihak-pihak terkait atas dukungan dan kesempatan yang diberikan untuk menulis dan mempublikasikan penelitian ini untuk perhatian Anda. Terima kasih.

Daftar Pustaka

- Ben Letaifa, S. (2015). How to strategize smart cities: Revealing the SMART model. *Journal of Business Research*, 68(7), 1414–1419. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.024>
- Berlianda, S. (2019). Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk Bagi Umkm di Jawa Timur. *April*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10157.95206>
- Rerung, R. R. (2018). Analysis and Design of MSMEs Support System Based on Information Technology (Analisis dan Perancangan Sistem Pendukung UMKM Berbasis Teknologi Informasi). *Journal Pekommas*, 3(1), 19. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030103>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
