

Pemanfaatan Teknologi Informasi Bagi UMKM Dalam Memperkenalkan Kue Ratuban Sebagai Kue Tradisional Dari Banten

Utilisation of Information Technology for MSMEs in Introducing Ratuban Cake as a Traditional Cake from Banten

Mochammad Darip*, Sunardi, Wahyu Amaldi, Basuki Rakhim Setya Permana, Sigit Auliana

Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Bangsa

Vol. 6 No. 1, Juni 2025



DOI :

10.35311/jmpm.v6i1.549

Informasi Artikel:

Submitted: 26 Maret 2025

Accepted: 13 Mei 2025

*Penulis Korespondensi :

Mochammad Darip

Program Studi Ilmu

Komputer, Fakultas Ilmu

Komputer, Universitas

Bina Bangsa

E-mail :

darif.uniba@gmail.com

No. Hp :08129356 8033

Cara Sitasi:

Darip, M., Sunardi., Amaldi,

W., Permana, B, R, S.,

Auliana, S. (2025).

Pemanfaatan Teknologi

Informasi Bagi UMKM

Dalam Memperkenalkan

Kue Ratuban Sebagai Kue

Tradisional Dari Banten.

Jurnal Mandala Pengabdian

Masyarakat. 6(1), 131-137.

<https://doi.org/10.35311/j>

[mpm.v6i1.549](https://doi.org/10.35311/j)

ABSTRAK

UMKM sering menghadapi permasalahan dalam memasarkan produk mereka secara efektif. Salah satu faktornya adalah kurangnya memanfaatkan teknologi informasi dalam strategi pemasaran. Kue Ratuban, sebagai salah satu kue tradisional khas Provinsi Banten, menghadapi berbagai kendala dalam upaya peningkatan popularitas dan penjualannya. Kendala utama yang dihadapi oleh UMKM yang memproduksi Kue Ratuban adalah terbatasnya pengetahuan dan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk pemasaran. Melalui program pengabdian masyarakat yang diinisiasi oleh tim KKM 28 Universitas Bina Bangsa mengadakan pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk memberdayakan UMKM yang memproduksi Kue Ratuban. Kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital para pelaku UMKM, sehingga mereka dapat lebih mandiri dan kompetitif dalam upaya memperkenalkan kue tradisional khas Banten ini secara lebih luas di luar komunitas pasar lokalnya. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan dalam pengetahuan dan keterampilan digital sebesar 85.00% sehingga peserta mampu menerapkan strategi pemasaran digital dan memanfaatkan media sosial secara efektif.

Kata Kunci: Digital Marketing; Kue Ratuban; Pemberdayaan; Teknologi Informasi; Tradisional; UMKM

ABSTRACT

MSMEs often face problems in marketing their products effectively. One factor is the lack of use of information technology in marketing strategies. Ratuban cake, as one of the traditional cakes typical of Banten Province, faces various obstacles in efforts to increase its popularity and sales. The main obstacle faced by MSMEs producing Ratuban Cakes is limited knowledge and ability to utilize information technology for marketing. Through a community service program initiated by the Bina Bangsa University KKM 28 team, they provide training and assistance in the use of information technology to empower MSMEs that produce Ratuban Cake. This activity also aims to improve the digital skills of MSMEs players, so that they can be more independent and competitive in their efforts to introduce this traditional Banten cake more widely outside their local market community. The results of the training showed an increase in digital knowledge and skills by 85.00% so that participants were able to implement digital marketing strategies and utilize social media effectively.

Keywords: Digital Marketing; Ratuban Cake; Empowerment; Information Technology; Traditional; MSMEs

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran penting memiliki dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini tidak hanya berkontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB), tetapi juga menyediakan lapangan pekerjaan bagi jutaan orang (Sidin & Indiarti, 2020). Di era globalisasi dan digitalisasi yang terus berkembang, UMKM sering menghadapi permasalahan dalam memasarkan produk mereka secara efektif.

Salah satu faktornya adalah kurangnya memanfaatkan teknologi informasi dalam strategi pemasaran mereka. Padahal, teknologi informasi dapat membuka akses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional dalam pemasaran, serta memperkuat daya saing (Kamisah *et al.*, 2024). Hal ini sangat relevan bagi produk-produk lokal dan tradisional, seperti Kue Ratuban, yang memiliki potensi besar tetapi belum dikenal secara luas



oleh masyarakat. Kue Ratuban, sebagai salah satu kue tradisional khas Provinsi Banten, menghadapi berbagai kendala dalam upaya peningkatan popularitas dan penjualannya. Kendala utama yang dihadapi oleh UMKM yang memproduksi Kue Ratuban adalah terbatasnya pengetahuan dan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk pemasaran. Banyak pembuat/ penjual Kue Ratuban yang masih menggunakan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung di pasar tradisional atau mengandalkan dari mulut ke mulut.

Sementara itu, dunia digital menawarkan berbagai *platform* dan alat yang dapat digunakan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Mardiyati *et al.*, 2023). Namun, kurangnya pemahaman tentang teknologi ini membuat pelaku UMKM tertinggal dan sulit bersaing dengan produk-produk lain yang sudah memanfaatkan teknologi modern.

Selain itu, ada tantangan dalam hal branding dan pengenalan produk di pasar yang lebih luas. Kue Ratuban belum memiliki identitas yang kuat di luar komunitas pasar lokalnya, dan upaya untuk memperkenalkannya secara lebih luas sering kali terbentur oleh keterbatasan sumber daya dan pengetahuan (Viedy *et al.*, 2022).

Dalam hal ini, pemanfaatan teknologi informasi dapat menjadi solusi yang efektif. Teknologi dapat membantu dalam berbagai aspek salah satunya adalah penggunaan media sosial untuk pemasaran. Melalui penggunaan teknologi informasi pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan membangun *brand awareness* yang lebih kuat (Andata *et al.*, 2022).

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberdayakan UMKM yang memproduksi Kue Ratuban dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran. Dengan demikian, diharapkan Kue Ratuban dapat lebih dikenal dan diterima oleh

masyarakat luas, tidak hanya di lingkungan lokal tetapi juga di luar daerah Provinsi Banten.

Kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital para pelaku UMKM, sehingga mereka dapat lebih mandiri dan kompetitif dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin ketat. Melalui inisiatif ini, diharapkan akan terjadi peningkatan dalam penjualan dan popularitas Kue Ratuban, sekaligus memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal. Pentingnya pemanfaatan teknologi informasi ini juga sejalan dengan upaya pemerintah untuk mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk UMKM.

Melalui berbagai program dan kebijakan, pemerintah berusaha untuk mendukung UMKM dalam mengadopsi teknologi digital, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kontribusi mereka terhadap perekonomian nasional (Lianardo *et al.*, 2022). Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini juga bertujuan untuk mendukung inisiatif pemerintah dan mempercepat proses transformasi digital di kalangan UMKM.

Dalam pelaksanaannya, program kegiatan pengabdian masyarakat ini akan melibatkan berbagai pihak, termasuk akademisi, praktisi, dan pemerintah daerah. Kolaborasi ini diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan. Melalui pendekatan yang komprehensif dan integratif, program ini tidak hanya berfokus pada aspek teknologi, tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi dan pelestarian budaya lokal. Dengan demikian, diharapkan program ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM, masyarakat, dan perekonomian secara keseluruhan.

Dalam jangka panjang, diharapkan bahwa program ini dapat menjadi model yang dapat direplikasi di daerah lain, sehingga lebih banyak UMKM yang dapat merasakan manfaat dari pemanfaatan teknologi informasi. Dengan

semakin banyak UMKM yang terlibat dalam ekonomi digital, maka kontribusi mereka terhadap perekonomian nasional juga akan semakin meningkat. Ini akan membantu menciptakan perekonomian yang lebih inklusif dan berkelanjutan, yang mampu menghadapi tantangan dan dinamika global.

METODE

Metode pengabdian adalah serangkaian prosedur dan teknik yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu. Metode ini melibatkan berbagai langkah yang terstruktur, mulai dari pra pelaksanaan atau perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan, dengan tujuan untuk memberikan manfaat langsung kepada masyarakat atau kelompok sasaran (Daulay *et al.*, 2023).

Metode yang akan digunakan dalam pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan, hal ini untuk memastikan keberhasilan dalam memberdayakan UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi. Tahapan-tahapan tersebut meliputi:

a. Pra Pelaksanaan

- Mengidentifikasi pelaku UMKM yang memproduksi Kue Ratuban di wilayah Desa Kebuyutan, Kecamatan Tirtayasa. Data ini diperoleh melalui survey, observasi oleh tim KKM 28 Universitas Bina Bangsa dan kerjasama dengan pemerintah daerah setempat, komunitas UMKM, dan komunitas lokal lainnya (Darmawan *et al.*, 2021).
- Melakukan diskusi kelompok terarah (FGD) dengan pelaku usaha Kue Ratuban untuk menggali lebih dalam tentang permasalahan dan kebutuhan mereka dalam memanfaatkan teknologi informasi (Danendra *et al.*, 2023).
- Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim akan menyusun modul pelatihan yang

mencakup topik-topik seperti dasar-dasar teknologi informasi dan pemasaran digital.

b. Pelaksanaan

- Mengadakan sesi pelatihan yang dipandu oleh instruktur pengalaman di bidang teknologi informasi dan pemasaran digital.
- Memberikan pendampingan intensif kepada peserta untuk membantu mereka mengimplementasikan teknologi informasi dalam pemasaran digital.
- Melatih peserta dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk promosi dan komunikasi dengan pelanggan.

c. Evaluasi

- Melakukan evaluasi menyeluruh terhadap program pelatihan dan pendampingan. Evaluasi dilakukan dengan kuesioner (*pre test* dan *post test*) untuk mengukur keberhasilan program dan mengidentifikasi area yang perlu perbaikan (Ningrum *et al.*, 2021).
- Melakukan monitoring secara berkala untuk memantau perkembangan dan penerapan teknologi informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Focus Group Discussion

Melalui *Focus Group Discussion* (FGD) para peserta dapat berbagi pengalaman dan masukan terkait penggunaan teknologi informasi, sehingga tim pengabdian dapat merancang program pelatihan yang lebih tepat sasaran dan efektif. Selain itu, FGD juga memungkinkan terjadinya dialog antara UMKM, pemerintah daerah, dan komunitas lokal untuk menciptakan solusi kolaboratif dalam memperkenalkan Kue Ratuban ke pasar yang lebih luas.



(a)



(b)

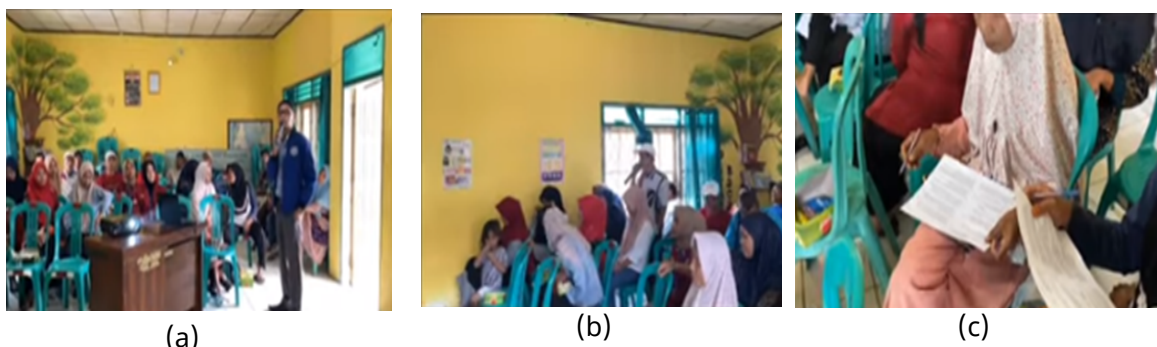
Gambar 1. Pelaksanaan FGD**Tabel 1.** *Requirement Identification*

Requirement	Description	Focus
Basic Knowledge and Understanding of Information Technology	Peserta memerlukan pelatihan dasar mengenai konsep dan penggunaan teknologi informasi, termasuk pengoperasian komputer, penggunaan internet, dan perangkat lunak dasar. Pemahaman tentang berbagai teknologi digital yang relevan untuk bisnis skala UMKM, seperti <i>marketplace</i>, e-commerce, media sosial, dan lain sebagainya.	Basic Information Technology Training
Digital Marketing Capabilities	Pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, termasuk bagaimana membangun brand online, membuat konten yang menarik, dan mengelola kampanye pemasaran. Keterampilan dalam menggunakan platform media sosial (seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp) untuk promosi produk, interaksi dengan pelanggan, dan peningkatan visibilitas. Pengetahuan tentang teknik SEO untuk meningkatkan peringkat hasil pencarian online, sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan	Digital marketing strategy and optimization training

b. Hasil Kegiatan dan Evaluasi

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utama untuk memberdayakan UMKM produsen (pembuat/penjual) Kue Ratuban melalui pemanfaatan teknologi informasi. Dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital, peningkatan penjualan dan jangkauan

pasar. Program ini memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM di wilayah Banten. Hasil ini menunjukkan pentingnya dukungan berkelanjutan dan kerjasama antara berbagai pihak untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan program pengabdian masyarakat di masa depan.

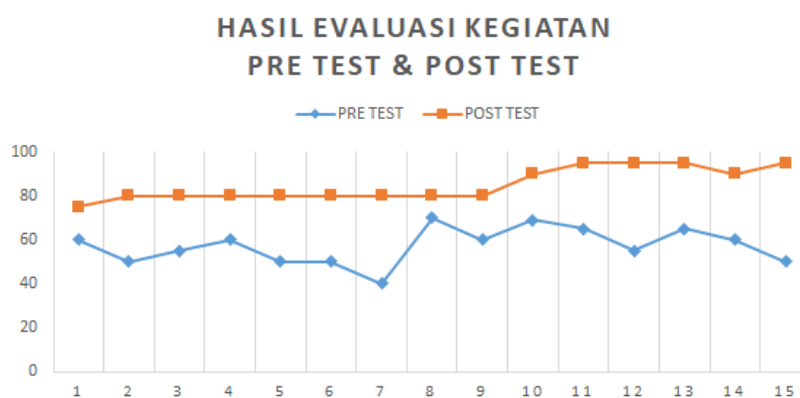


Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

- Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Digital.

Selama pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan mereka terkait teknologi informasi. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta memiliki keterbatasan dalam

menggunakan teknologi digital untuk bisnis mereka. Setelah mengikuti pelatihan, peserta memahami strategi pemasaran digital, dan menggunakan media sosial secara efektif. Peserta juga mengaku lebih percaya diri dalam mengimplementasikan teknologi digital dalam operasional bisnis mereka.



Gambar 3. Hasil Evaluasi Kegiatan

- Peningkatan Penjualan dan Jangkauan Pasar.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa UMKM yang terlibat mengalami peningkatan penjualan dan jangkauan pasar. Dengan adanya akun media sosial pemasaran online,

produk Kue Ratuban menjadi lebih mudah diakses oleh konsumen di luar wilayah lokal. Penggunaan media sosial juga membantu pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas dan menarik lebih banyak pelanggan.

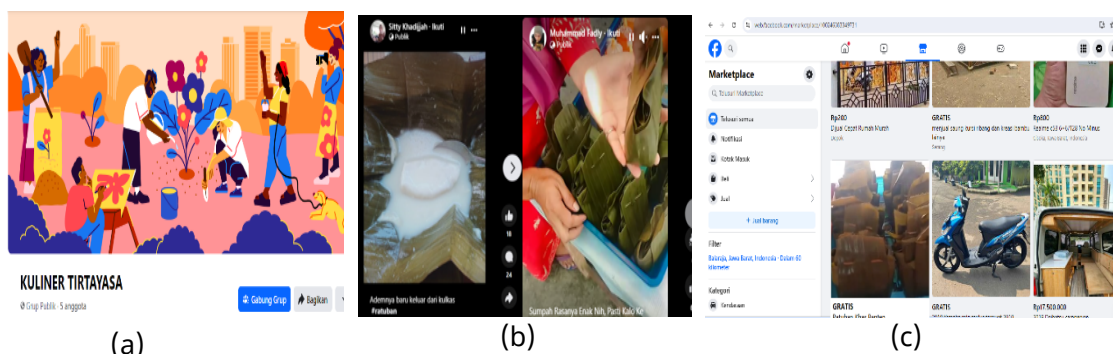


(a)



(b)

Gambar 4. Proses Pembuatan Kue Ratuban



Gambar 5. (a) Group Media Sosial (b) Video Marketing (c) Marketplace

▪ Pengembangan Jaringan dan Kolaborasi.

Program ini juga berhasil membangun jaringan dan kolaborasi yang lebih kuat antara UMKM. Selama pelatihan, peserta didorong untuk berbagi pengalaman dan belajar satu sama lain. Ini menciptakan komunitas yang saling mendukung dan berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan ini telah berhasil mencapai tujuan utama yaitu untuk memberdayakan pelaku UMKM produsen Kue Ratuban melalui pemanfaatan teknologi informasi. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, peserta menunjukkan peningkatan dalam pengetahuan dan keterampilan digital mereka.

Setelah mengikuti pelatihan, peserta memahami strategi pemasaran digital serta menggunakan media sosial secara efektif, dengan tingkat peningkatan pengetahuan sebesar 85.00%.

Hasilnya, pelaku UMKM produsen (pembuat/penjual) Kue Ratuban mampu menerapkan strategi pemasaran digital dan memanfaatkan media sosial secara efektif, yang secara tidak langsung akan berkontribusi pada peningkatan penjualan dan jangkauan pasar mereka. Program ini juga berhasil membangun jaringan dan kolaborasi antar sesama pelaku UMKM, yang memperkuat komunitas dan

memfasilitasi pertukaran pengetahuan dan pengalaman.

Secara keseluruhan, program ini memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM di wilayah Banten, hal ini menunjukkan pentingnya dukungan berkelanjutan dan kerjasama antara berbagai pihak untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya ditujukan kepada pemerintah daerah setempat, atas dukungan dan kerjasama dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini. Bantuan dan fasilitas yang diberikan sangat berarti bagi keberhasilan kegiatan ini. Dan kami juga mengucapkan terima kasih kepada para pelaku usaha Kue Ratuban dan komunitas UMKM yang telah berpartisipasi aktif.

Semoga keterampilan dan pengetahuan yang diperoleh memberikan manfaat serta kesuksesan bagi pelaku usaha kue ratuban/UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Andata, C. P., Iflah, Kurnia, & Putri, S. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness "Somethinc" Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 84–92. <https://doi.org/10.31294/jkom>

- Danendra, F. T. A., Dewanto, P. K., Fadlin Luphdika, M., & Yunus, A. (2023). Pengembangan Kapasitas Kelompok Masyarakat Dalam Pengabdian Mahasiswa Melalui Focus Group Discussion Di Desa Gentungan, Mojogedang, Karanganyar. *Prosiding Seminar Nasional Membangun Desa UNS*, 3(1), 157–165.
- Darmawan, D., Sudrajat, I., Kahfi, M., Maulana, Z., & Febriyanto, B. (2021). Perencanaan Pengumpulan Data Sebagai Identifikasi Kebutuhan Pelatihan Lembaga Pelatihan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 5(1), 71–88. <https://doi.org/10.15294/pls.v5i1.30883>
- Daulay, M. S. M., Hasanah, U., Yunita, M., Yudhira, A., Lubis, H., & Paryogi, O. (2023). Penyuluhan Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Potensi Desa di Desa Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 1–6. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- Kamisah, N., Almahirah, J., Fadillah, N., & Nur Kusumawati, S. (2024). Sosialisasi Pemberdayaan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) Dalam Pemanfaatan Teknologi Sebagai Strategi Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3.
- Lianardo, S., Sartika, K. D., Prasetyawati, Y. R., & Cahyadi, R. A. (2022). Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM. *Journal of Servite*, 2(2), 104. <https://doi.org/10.37535/102004220223>
- Mardiyati, S., Fitriani, I., Indrawati, Y., Pujiastuti, Wibowo, A. N., Fitria, D., & Burhanudin. (2023). PKM Kewirausahaan Berbasis Teknologi Informasi Di Lingkungan RW. 011 Cipinang Melayu. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(6), 565–569.
- Ningrum, D., Kelana Setiadi, D., & Purnama Hudaya, A. (2021). Pelatihan Kader Posyandu dalam Upaya Pencegahan Kejadian Stunting pada Anak Balita di Desa Cibeureum Pelatihan Kader Posyandu Untuk Pencegahan Stunting pada Balita di Desa Cibeureum Kulon Kecamatan Cimalaka Kabupaten Sumedang. *ANDASIH Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 7–14.
- Sidin, C., & Indiarti, M. (2020). Pengaruh Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah Dan Jumlah Tenaga kerja UMKM Terhadap Sumbangan Produk Domestik Bruto UMKM Periode Tahun 1997 – 2016. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 189. <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i2.366>
- Viedy, E., Lombok, V., & Samadi, R. L. (2022). The Effect of Brand Image, Brand Trust and Digital Marketing on Consumer Purchase Decisions on EMINA Products (Case Study at Samratulangi University Students). *Jurnal EMBA*, 10(3), 953–964.