



Pengenalan Teknologi Virtual Reality Sebagai Media Pendukung Promosi Bagi UMKM di Kota Palembang

Nabila Rizky Oktadini¹, Allsela Meiriza², Putri Eka Sevtiyuni³, Pacu Putra⁴, Muhammad Ali Buchari⁵, Winda Kurnia Sari⁶, Dinda Lestari⁷, Sarifah Putri Raflesia⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Jurusan Sistem Informasi Universitas Sriwijaya

¹nabilarizky@unsri.ac.id*, ²allsela@unsri.ac.id, ³putrieka@unsri.ac.id,

⁴pacuputra@unsri.ac.id, ⁵m.ali.buchari@unsri.ac.id, ⁶windakurniasari@unsri.ac.id,

⁷dinda@unsri.ac.id, ⁸sarifah@unsri.ac.id,

*Corresponding Author

E-mail: nabilarizky@unsri.ac.id (Nabila Rizky Oktadini)*

Article History:

Received: 24 Mei 2023

Revised: 1 Juni 2023

Accepted: 13 Juni 2023

Abstract: *UMKM di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan dari segi jumlah. Khususnya pada masa pandemi Covid-19 pertumbuhan UMKM diperkirakan lebih tinggi lagi karena maraknya PHK. ini dirasakan dimana-mana termasuk di Kota Palembang. Beberapa kendala yang dialami oleh pelaku UMKM di Kota Palembang antara lain minimnya literasi pemasaran, baik itu mengenai strategi pemasaran, maupun akses teknologi digital. Padahal, jaman semakin maju dan banyak teknologi baru bermunculan. seharusnya strategi marketing bertransformasi ke arah digital seperti penggunaan teknologi Virtual Reality (VR).*

Penggunaan VR dalam strategi marketing ini dapat dibagi menjadi beberapa cara, salah satunya yaitu menyediakan virtual tours / exhibiton kepada pelanggan. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan pendampingan serta pelatihan pemasaran dan promosi dengan teknologi virtual reality bagi UMKM di Kota Palembang. Manfaat yang ingin dicapai adalah terbangunnya ekosistem digital pada UMKM di Kota Palembang agar semakin handal dalam menjalankan industrinya secara jangka panjang. Pelatihan dilakukan berdasarkan kerangka pemecahan masalah yang sudah disusun. Setelah pelatihan dilakukan 90% peserta menyatakan merasakan manfaat berupa bertambahnya wawasan dan keterampilan mengenai penggunaan Virtual Reality sebagai media pembantu promosi.

Virtual Reality (VR), Media Promosi, UMKM.

Keywords:

Pendahuluan

UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada ekonomi produktif yang sesuai dengan kriteria Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Pemerintah mengelompokkan jenis usaha berdasarkan kriteria aset dan omset, dan membagi jenis usaha produktif ini kedalam



dua kelompok besar, yaitu usaha besar dan UMKM atau usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah.

Berdasarkan data dari kementerian UKM dan koperasi, UMKM di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan dari segi jumlah. Data terakhir yang berhasil diperoleh yaitu ada tahun 2018, UMKM di Indonesia yang terdaftar adalah sebanyak 64.194.057 unit UMKM. Selama pandemi Covid 19 yang sudah berlangsung dua tahun ini, mengakibatkan pertumbuhan UMKM yang diperkirakan lebih tinggi lagi dikarenakan banyaknya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) sehingga masyarakat mulai mencoba pilihan berwirausaha sebagai pilihan untuk menunjang perekonomian keluarga.

Tabel 1. Perkembangan UMKM dan Usaha Besar di Indonesia

Sumber: Kementerian UKM dan Koperasi (2020)

No	Indikator	Satuan	Tahun 2017		Tahun 2018		Gap 2017-2018	
			Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	%
1	Unit Usaha (A + B)	(unit)	62.928.077		64.199.606		1.271.529	2.02
	A. UMKM	(unit)	62.922.617	99.99	64.194.057	99.99	1.271.440	2.02
	Usaha Mikro	(unit)	62.106.900	98.7	63.350.222	98.68	1.243.322	2
	Usaha Kecil	(unit)	757.09	1.2	783.132	1.22	26.043	3.44
	Usaha Menengah	(unit)	58.627	0.09	60.702	0.09	2.075	3.54
	B. Usaha Besar	(unit)	5460	0.01	5.55	0.01	90	1.64

Peningkatan jumlah UMKM ini membawa pengaruh yang cukup baik bagi perekonomian di Indonesia seperti penyerapan tenaga kerja hingga peningkatan produk domestik bruto yang cukup besar. Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian suatu daerah karena dengan meningkatnya sektor UMKM maka dapat diartikan sebagai suatu indikator keberhasilan pembangunan suatu daerah. Peranan UMKM yang sangat besar tersebut, memberikan penjabaran bahwa UMKM harus dapat ditingkatkan lebih baik lagi. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang pada tahun 2020 terdapat 257 UKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang. UKM tersebut terbagi kedalam berbagai sektor mulai dari kuliner, handycraft, hingga peralatan rumah tangga.

Berbagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia khususnya di kota Palembang saat ini mencoba untuk bertahan di pasaran karena persaingan yang begitu ketat untuk memperebutkan pelanggan, ditambah lagi virus corona (Covid-19) yang mewabah memberikan dampak juga untuk bidang perekonomian. Selain itu, banyak para pengusaha UMKM yang mengalami terkendala strategi pemasaran, hingga akses teknologi digital.

Tabel 2. Jumlah UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang (2020)

No.	Kecamatan	Jumlah
1	Seberang Ulu 1	45
2	Seberang Ulu 2	3
3	Ilir Barat 1	27
4	Ilir Barat 2	29
5	Ilir Timur 1	9
6	Ilir Timur 2	24
7	Bukit Kecil	12
8	Alang-Alang Lebar	10
9	Kemuning	11
10	Gandus	3
11	Sukarame	23
12	Sako	13
13	Jakabaring	2
14	Sematang Borang	6
15	Kalidoni	9
16	Plaju	4
17	Kertapati	27
Total		257

Selama ini banyak pelaku UMKM kekurangan channel dalam mendistribusikan produknya. Kebanyakan pelaku UMKM hanya fokus mendistribusikan barang kepada beberapa kolega dan pengepul yang dikenal saja. Hal ini mengakibatkan usaha mereka berjalan stagnan dan tidak mengalami kemajuan yang signifikan. Hal itu tak lepas dari kecenderungan para pelaku usaha tersebut yang lebih memfokuskan diri dalam proses produksi tanpa diimbangi oleh pemasaran dan promosi. Strategi yang dapat ditingkatkan yaitu pada strategi pemasaran dan promosi, karena strategi pemasaran dan promosi memiliki peranan yang sangat besar dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk.

Dengan munculnya berbagai teknologi terbaru, strategi marketing pun mengalami peningkatan diantaranya dengan digital marketing. Kebanyakan dari kita beranggapan bahwa digital marketing adalah sebuah strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara membuat promosi atau post di media sosial atau email. Seiring berkembangnya zaman, strategi dalam digital marketing juga ikut berkembang, yaitu adanya penggunaan teknologi virtual reality. Virtual reality merupakan sebuah teknologi yang membuat pengguna atau user dapat berinteraksi dengan lingkungan yang ada dalam dunia maya yang disimulasikan oleh komputer, sehingga pengguna merasa berada di dalam lingkungan tersebut. Di dalam bahasa Indonesia virtual reality

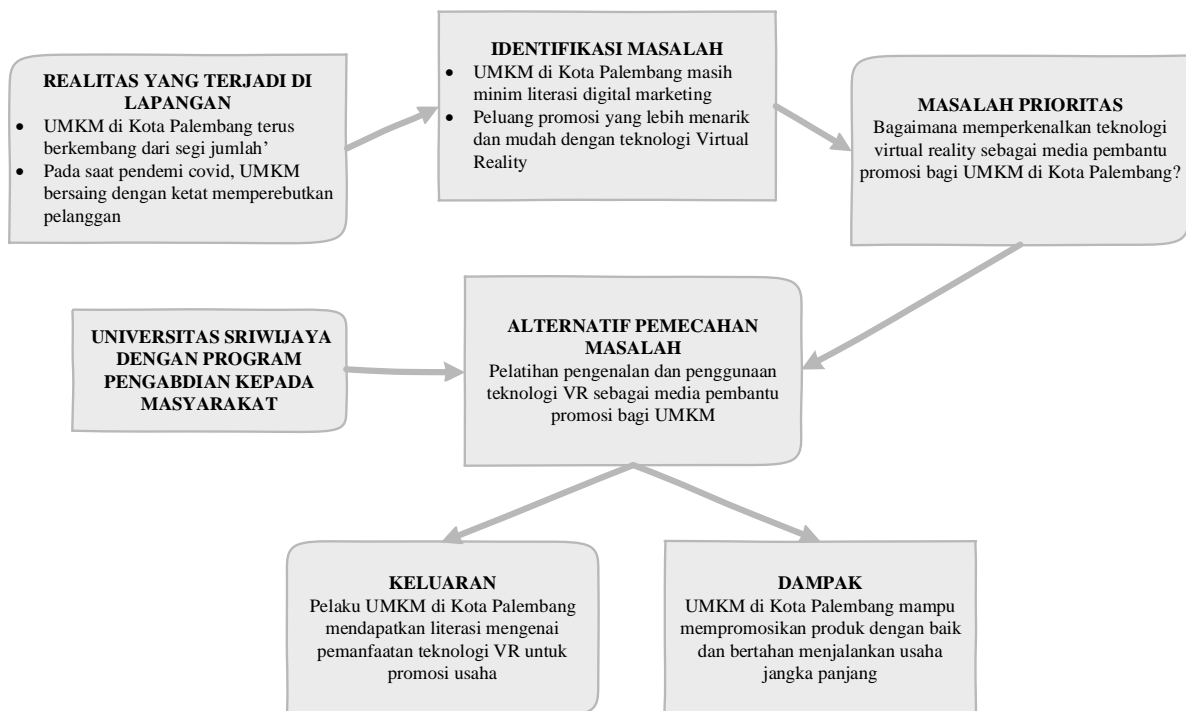
dikenal dengan istilah realitas maya. Penggunaan VR dalam strategi marketing ini dapat dibagi menjadi beberapa cara, yaitu menyediakan virtual tours untuk pelanggan atau klien, menciptakan hype untuk sebuah produk atau layanan baru yang akan diluncurkan, product testing, membangun hubungan antara perusahaan dengan klien, dan juga untuk hiburan.

Berdasarkan uraian diatas, kami mengusulkan untuk melakukan pendampingan serta pelatihan pemasaran dan promosi dengan teknologi virtual reality bagi UMKM di Kota Palembang. Mengingat pelatihan ini adalah bagian yang tak boleh dilepaskan dalam membangun ekosistem UMKM di Indonesia khususnya di Palembang agar UMKM dapat benar-benar naik kelas dan mampu menjalankan industrinya secara jangka panjang.

Metode

Bagan berikut ini menampilkan kerangka pemecahan masalah berdasarkan fenomena empiris, identifikasi masalah, perumusan masalah, luaran hasil kegiatan, serta dampak langsung yang dirasakan oleh target atau khalayak sasaran.

Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah



Tujuan kegiatan ini adalah memperkenalkan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang tentang Digital marketing, selain itu juga untuk mengimplementasikan teknologi virtual reality sebagai media pembantu



promosi bagi UMKM di Kota Palembang, sekaligus juga memberikan motivasi bagi pelaku UMKM di Palembang untuk melakukan digital marketing khususnya teknologi virtual reality. Manfaat yang hendak diperoleh antara lain adalah agar pelaku UMKM memperoleh literasi dasar mampu mengimplementasikan teknologi virtual reality untuk media pembantu promosi usahanya dan pemasaran secara digital dengan lebih menyenangkan.

Khalayak sasaran kegiatan usul pengabdian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang. Adapun terdapat 257 UKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang yang terdiri dari berbagai sektor mulai dari kuliner, handycraft, hingga peralatan rumah tangga. Direncanakan sasaran pengabdian ini berkisar 30-an orang (UMKM) atau sekitar 11% dari total pelaku UMKM binaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang.

Hasil

Ada beberapa tahap kegiatan yang dilakukan dalam melaksanakan usulan kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu:

1. Persiapan

Tahap ini merupakan tahap awal persiapan pengabdian. Ada beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain:

- a. Melakukan rapat persiapan yang akan membagi tugas spesifik kepada para anggota dan pembantu pelaksana.
- b. Melakukan sosialisasi pelatihan ke UMKM yang menjadi khalayak sasaran.
- c. Menyebarkan undangan pelatihan ke UMKM.
- d. Menyiapkan sarana & prasarana kegiatan seperti ATK dan lainnya.
- e. Menyiapkan materi kegiatan: pre-test, pos-test, silabus, dan pembuatan modul.
- f. Menyiapkan peralatan pelatihan daring.
- g. Menyiapkan fasilitas pendukung kegiatan lainnya.

2. Pembuatan Silabus dan Modul Pelatihan

Modul 1 akan berisi mengenai literasi dasar promosi dan pemasaran digital, meliputi pengertian, dan supaya pelaku UMKM lebih mudah memahami maksud dari teori tersebut disajikan juga contoh-contoh digital marketing. Modul-2 akan berisi materi Pengenalan teknologi virtual reality dan pemanfaatannya dalam bidang digital marketing. Sedangkan Modul-3 akan berisi materi pelatihan pembuatan media bantu promosi menggunakan virtual reality.

3. Pelatihan / Pengenalan Teknologi Virtual Reality

Implementasi dilapangan akan dilakukan secara offline dengan tetap

menerapkan protokol Kesehatan. Pertemuan, pengambilan data, implementasi dan pelatihan akan dilakukan selama 3 bulan dengan rentang waktu yang ditentukan. Sedangkan pelaksanaan praktik pembuatan media pembantu promosi dengan teknologi VR bisa dilakukan secara sinkronus dan asinkronus. Pada asinkronus, peserta akan diberikan tugas-tugas yang wajib dikumpulkan. Tugas tersebut juga sebagai indikator evaluasi kegiatan pengabdian.

4. Evaluasi Kegiatan

Setelah kegiatan pengabdian selesai dilakukan evaluasi kegiatan antara lain lain dengan melihat hasil pre-test, post-test dan tugas-tugas yang dikerjakan oleh peserta. Tabel 1 menunjukkan rancangan evaluasi kegiatan berdasarkan kriteria pengamatan, nama kegiatan, dan indikator capaian berdasarkan kegiatan-kegiatan berikut: Persiapan, Pembuatan Silabus dan Modul Pelatihan, Pelatihan / Pengenalan Teknologi VR, dan Evaluasi Kegiatan.

Tabel 3. Rancangan Evaluasi

No.	Kriteria Pengamatan	Nama Kegiatan	Indikator Capaian
1	Persiapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempersiapkan keperluan administrasi 2. Mempersiapkan bahan dan alat bantu pelatihan 3. Mempersiapkan perangkat keras dan lunak pelatihan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seluruh keperluan administrasisudah lengkap 2. Bahan dan alat bantu sudah tersedia 3. Perangkat keras dan lunak sudahtersedia
2	Pembuatan Silabus dan Modul Pelatihan	Pembuatan silabus Modul-1 dan Modul-2 dan Modul-3	Silabus Modul-1 dan Modul-2 Modul-3 selesai
4	Pelatihan Pengenalan Teknologi <i>Virtual Reality</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pre-test 2. Pelatihan (teori dan praktik) 3. Post-test 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pre-test selesai (hasil tes) 2. Pelatihan (teori dan praktik) selesai (presensi + dokumentasi) 3. Post-test selesai (hasil tes)

5 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi hasil predan pos test

Evaluasi selesai

Diskusi

Pada dasarnya guru-guru peserta pelatihan belum pernah mendapatkan pelatihan dasar pengolahan nilai dengan komputer dan sehingga pelatihan ini akan sangat berguna bagi guru tersebut. Pelatihan pengolahan nilai raport ini mendapat respon yang amat positif dan menggembirakan. Peserta pelatihan mengungkapkan kemudahan-kemudahan yang dirasakan dengan adanya kegiatan pelatihan pengolahan nilai raport ini. Tabel 3 menjelaskan tentang evaluasi kegiatan yang sudah dilakukan.

Tabel 4. Evaluasi Hasil Kegiatan

No.	Modul	Materi Pelatihan	Indikator Pencapaian	Status
1	Ke-1	Pengenalan dasar teknologi virtual reality dan VR Box	Peserta mengenal dan mengetahui apa itu VR dan bagaimana cara menggunakan VR Box	Tercapai
2	Ke-2	Instalasi aplikasi pembuatan virtual reality	Peserta dapat melakukan instalasi aplikasi dan memahami fitur-fitur apa yang terdapat dalam aplikasi tersebut.	Tercapai
3	Ke-3	Praktik pembuatan media promosi berbasis VR berupa virtual exhibition.	Peserta mampu membuat sebuah virtual exhibition yang memamerkan produk dagangan secara virtual.	Tercapai

Gambar 2. Seorang peserta mencoba VR Box



Gambar 3. Instruktur memberikan pendampingan kepada peserta pelatihan



Gambar 4. Foto bersama peserta pelatihan





Kesimpulan

Pelatihan ini sangat berguna bagi pelaku UMKM di Kota Palembang. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar setelah acara berlangsung, 94.4% responden menyatakan telah mendapatkan literasi mengenai teknologi virtual reality untuk pemasaran produk ataupun media promosi. Peserta sangat antusias dan menyatakan mereka mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. melalui kegiatan ini para pelaku UMKM di Kota Palembang mengalami peningkatan minat untuk memasarkan produk secara online khususnya memanfaatkan teknologi virtual reality (vr). Bahkan 90% dari peserta menyatakan berharap kegiatan serupa akan dilaksanakan kembali di masa mendatang agar pelatihan yang diberikan dapat lebih intensif. Proses promosi yang sebelumnya dilakukan dengan manual dan dari mulut ke mulut bertransformasi menjadi secara online, menjadi lebih ringkas, modern, efektif dan efisien. Untuk pelaksanaan dimasa mendatang, ada baiknya pelatihan pengenalan virtual reality ini dibuat menjadi lebih intensif dengan kurikulum yang lebih padat, sehingga pelaku UMKM menjadi lebih terlatih untuk memanfaatkan teknologi berbasis virtual reality sebagai media promosi mereka.

Pengakuan/Acknowledgements

Publikasi artikel ini dibiayai oleh Anggaran DIPA Badan Layanan Umum Universitas Sriwijaya Tahun Anggaran 2022. SP DIPA-023.17.2.677515/2022 tanggal 13 Desember 2021. Sesuai dengan SK Rektor Nomor: 0004/UN9/SK.LP2M.PM/2022 tanggal 15 Juni 2022.

Daftar Referensi

- Ausburn, L J. 2004. Desktop Virtual Reality: A Powerful New Technology for Teaching and Research in Industrial Teacher Education. *Journal of Industrial Teacher Education*.
<http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/JITE/v41n4/ausburn.html>.
- Ausburn, L J. 2009. A Cross-case Analysis of Gender Issues In Desktop Virtual Reality Learning Environments. *Journal of Industrial Teacher Education*.
- Famukhit, M. 2013. Interactive Application Development Policy Object 3D Virtual Tour History Pacitan District based Multimedia. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*.
- Fernando, M. 2013. Membuat Aplikasi Android Augmented Reality Menggunakan Vuforia SDK dan Unity. Surakarta : Buku AR Online.
- Handjojo, F. 2013. Perancangan Dan Implementasi Aplikasi Content Management System Dengan Format Virtual Online Tour. *Jurnal Teknik Informatika*



Universitas Tanjungpura.

- Huang, H. 2011. Applying Situated Learning in a Virtual Reality System to Enhance Learning Motivation. *International Journal of Information and Education Technology*.
- Lacrama, D. 2007. Virtual Reality. *Journal Anale Seria Informatica*.
- Lestari, U. and Andayati, D., 2014. Augmented Reality Untuk Pengenalan Satwa Pada Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. *Jurnal Script*, 1(2). dipetik mei, 2017 dari http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/697/jbptunikompp-gdl-septianeka-34824-7-unikom_s-i.pdf
- Mauro, D. 2009. Virtual Reality Based Rehabilitation and Game Technology. *eHealth & Biomedical Applications*. Mikeletegi Pasealekua 57 Spain.
- Pranata, B. A., Pamoedji, A. K., Sanjaya, R. 2015. Mudah Membuat GAME dan Potensi Finansialnya dengan unity 3D. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Roedavan, R. 2014. Unity Tutorial Game Engine. *Informatika* : Bandung.
- RRomadhan, T S. 2012. Pengertian animasi 2 dimensi dan 3dimensi. Dikutip november 05, 2014, dari <http://sifaramdan.wordpress.com/2012/11/29/pengertian-animasi-2-dimensi-dan-3-dimensi/>
- Shaomei, W. 2004. Campus Virtual Tour System based on Cylindric Panorama. Naskah Publikasi. Department of Computer Science, Tsinghua University, Beijing.
- Sihite, B. 2013. Pembuatan Aplikasi3D Viewer Mobile denganMenggunakan Teknologi Virtual Reality. *Jurnal Teknik Pomits 2*