

**PEMANFATAN APLIKASI “PARTO JAMBE”
BAGI UMKM KULINER DI KOTA JAMBI**

**UTILIZATION OF THE "PARTO JAMBE" APPLICATION
FOR CULINARY MSMES IN JAMBI CITY**

Rosmeli*, Novita Ekasari, Wiralestari, Rita Friyani, Erni Achmad

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

*Email: zeadevia@gmail.com

(Diterima 24-08-2023; Disetujui 21-09-2023)

ABSTRAK

UMKM Kuliner merupakan sektor yang terus mengalami perkembangan. Jumlah UMKM kuliner di Kota Jambi terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sampai pada tahun 2022 jumlah UMKM berjumlah 21.186 unit. Pemanfaatan *digital marketing* masih belum dimanfaatkan secara maksimal oleh UMKM. Untuk memperluas hasil produksi ke pemerintah Provinsi Jambi maka para UMKM harus menjadi mitra dengan aplikasi Parto Jambe. Aplikasi ini merupakan satu satunya *marketplace* lokal yang dimiliki oleh Provinsi Jambi. Aplikasi ini mulai ada dari keprihatinan ada UMKM lokal yang mengalami kemunduran penjualan akibat Covid-19 yang lalu. Sampai saat ini sudah terdapat 396 mitra dengan 2.693 variasi produk. Pemanfaatan aplikasi Parto Jambe bagi para UMKM akan memberikan dampak pada para UMKM untuk memperluas hasil penjualan dan meningkatkan pendapatan UMKM.

Kata kunci: UMKM Kuliner, Kota Jambi, Pendapatan, Penjualan, Parto Jambe

ABSTRACT

Culinary Small and Medium Enterprises (SMEs) are a continuously evolving sector. The number of culinary SMEs in Jambi City keeps increasing every year. By the year 2022, the total count of SMEs reached 21,186 units. However, the utilization of digital marketing by these SMEs is still far from being maximized. In order to expand their production outcomes to the Jambi Province government, these SMEs need to collaborate as partners with the Parto Jambe application. This application stands as the singular local marketplace owned by the Jambi Province. Its establishment stems from the concern over local SMEs that faced a decline in sales due to the past Covid-19 situation. Currently, there are 396 partners involved, offering a diverse array of 2,693 product variations. The utilization of the Parto Jambe application by these SMEs is poised to create an impact. It will empower these SMEs to broaden their sales results and increase their revenue.

Keywords: Culinary SMEs, Jambi City, Revenue, Sales, Parto Jambe

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang sudah berkembang dengan cepat dalam perekonomian. UMKM di Indonesia memiliki peran dan potensi besar dalam membangun perekonomian nasional. UMKM telah mencakup semua lapangan usaha yang ada. UMKM juga merupakan salah satu pondasi penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM dapat membantu dan mendorong perekonomian Indonesia berkembang lebih pesat dari sebelumnya. Pada masa krisis ekonomi, sektor ini merupakan sektor yang dapat bertahan. Di Indonesia UMKM memiliki peran penting dalam

meningkatkan PDB. Hal ini dikarenakan UMKM dapat mengurangi pengangguran, menciptakan dan menyerapan tenaga kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Ketut et al., 2023; Puspita Wulandana et al., 2022; Wijaya & Simamora, 2022)

Keberadaan UMKM yang menyebar keseluruh Indonesia memberikan banyak dampak positif bagi perekonomian masing-masing daerah. Sektor UMKM di Kota Jambi telah berkembang dengan pesat. Data Dinas Koperasi dan UMKM menunjukkan bahwa jumlah UMKM Kota Jambi tahun 2021 sebanyak 43.453 UMKM. Jumlah tersebut tersebar pada 11 kecamatan dengan 5 jenis bidang usaha. UMKM dengan usaha dagang/industri memiliki jumlah terbanyak yaitu 17.856 UMKM, disusul dengan kuliner sebanyak 16.888, jasa lainnya sebanyak 6.529, pertanian dan peternakan sebanyak 1.952, dan fashion sebanyak 228 UMKM.

Peran UMKM kuliner dalam perekonomian tidak perlu diragukan lagi. Kebutuhan masyarakat akan kuliner terus mengalami peningkatan dan keragaman. Ini memberikan dampak pada penyerapan tenaga kerja, peningkatan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pembangunan di suatu daerah (Saptaningtyas & Rahayu, 2020; Sugiarto, 2018). Salah satu jenis usaha yang terdampak pada saat terjadi pandemi adalah UMKM kuliner. Pandemi Covid-19 ini berdampak pada melambatnya perputaran roda perekonomian masyarakat. Berkurangnya aktifitas sosial akibat adanya pembatasan jarak dan protokol kesehatan yang ketat. Hal ini memberikan dampak pada menurunnya penghasilan para pelaku UMKM. Banyak pelaku UMKM yang gulung tikar terlebih lagi menghentikan proses produksinya akibat kerugian yang dirasakan (Fajar Ramadhani, 2021). Untuk mengatasi hal tersebut para UMKM kuliner menjual produk mereka dengan media penjualan online. Gojek, grab, shopee food, Whatsapp dan Instagram merupakan bentuk beberapa dari media penjualan online yang digunakan.

UMKM Kuliner di Kota Jambi saat ini masih banyak yang melakukan penjualan secara langsung ke konsumen. Penjualan produk usaha mereka masih belum maksimal. Oleh karena itu, para UMKM mencoba melakukan penjualan dengan menggunakan media digital atau *digital marketing*. Ada banyak kelebihan dalam pemasaran digital diantaranya adalah produk yang dihasilkan dapat langsung dilihat oleh kosumen, harga yang ditawarkan sudah tersedia, dan ketiga mudahnya biaya promosi yang diperlukan (Bustomi et al., 2020)

Perkembangan tekhnologi, informasi dan komunikasi yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Perkembangan ini menjadikan masyarakat bergantung dengan internet. Internet menimbulkan banyak dampak dalam kehidupan. Kecanggihannya

menjadikan sesuatu menjadi lebih mudah dan efisien. Salah satunya adalah penerapan media internet dalam media penjualan (Fachrina & M.Nawawi, 2022)

Pada saat ini media penjualan yang ada sudah sangat banyak. *E-commerce* dan media penjualan online lainnya yang banyak memberikan dampak tersendiri bagi para pelaku UMKM kuliner. Semakin banyak media penjualan akan memberikan kesempatan kepada para pelaku UMKM untuk memperluas pemasaran produk yang mereka produksi. Dari beberapa media penjualan digital (*digital marketing*) yang sudah ada, para UMKM lebih memilih menggunakan Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Pemilihan aplikasi ini dikarenakan kemudahan ketika akan mempromosikan produk mereka. Dengan adanya penjualan online maka promosi dan transaksi dalam dilakukan setiap saat tanpa harus mengeluarkan modal yang besar dan tata muka langsung antara penjual dan pembeli (Farell et al., 2019; Pradiani, 2018).

Permasalahan yang muncul adalah ketika para penjual ingin meluaskan pasar usaha UMKM Kuliner di Kota Jambi ke instansi pemerintah daerah terkendala aplikasi *digital marketing* yang digunakan. Pemerintah daerah telah bekerja sama dengan aplikasi Parto Jambee untuk membantu para UMKM di Kota Jambi. Pemilihan aplikasi ini sebagai mitra pemerintah selain untuk membantu para pelaku UMKM, juga mengembangkan aplikasi yang dimiliki oleh Provinsi Jambi.

Parto Jambe merupakan satu satunya *marketplace* lokal yang dimiliki oleh Provinsi Jambi. Dimulai dari keprihatinan karena UMKM lokal yang mengalami kemunduran penjualan akibat Covid-19 yang lalu. Maka dibuatlah aplikasi penjualan online yang diberi nama Parto Jambe. Sejak didirikan sampai saat ini aplikasi ini terus mengalami pertumbuhan yang baik. Saat ini sudah terdapat 396 mitra dengan 2.693 variasi produk. Nilai transaksi sudah mencapai Rp15 miliar (Lihat Jambi.com, 2023).

Aplikasi Parto Jambe dapat menjadi salah satu penghubung kerja sama antara para UMKM dengan pemerintah daerah. Aplikasi ini juga memberikan kesempatan kepada para UMKM kuliner di Kota Jambi untuk lebih meningkatkan omzet usaha. Semakin banyak aplikasi penjualan online yang digunakan oleh UMKM memberikan kesempatan kepada para pelaku lebih memperluas pemasaran produk usahanya.

Berdasarkan analisis situasi yang ada pada mitra, maka tim pengabdian pada masyarakat Universitas Jambi mencoba untuk melakukan pengabdian kepada mitra berupa transfer teknologi dalam bentuk pemanfaatan aplikasi *Parto Jambe* bagi UMKM kuliner di Kota Jambi.

BAHAN DAN METODE

Sebelum kegiatan pelatihan pemanfaatan aplikasi Parto Jambe dilakukan maka terdapat beberapa tahapan persiapan yang dilakukan. *Pertama*, melakukan koordinasi antara tim pengabdian dengan UMKM kuliner yang dijadikan sebagai mitra pengabdian. *Kedua*, melakukan koordinasi dengan narasumber yaitu pihak Parto Jambe. *Ketiga*, menyiapkan tempat dan jadwal pengabdian masyarakat.

Pengabdian masyarakat bertempat di salah satu rumah pemilik UMKM di Kota Jambi. Pengabdian dilaksanakan pada tangl 14 Juni 2023. Sasaran pengabdian ini adalah para pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Metode pengabdian yang dilaksanakan melalui metode ceramah, demonstrasi dan pelatihan yang kemudian dibagi dalam 2 tahapan kegiatan yaitu:

1. Kegiatan Tahap I (Sosialisasi Aplikasi Parto Jambe kepada Mitra)

Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada mitra tentang aplikasi Parto Jambe. Tahapan sosialisasi yang diberikan sebagai berikut:

- a) Menyampaikan pentingnya penjualan secara digital bagi UMKM.
- b) Memperkenalkan Parto Jambe sebagai salah satu aplikasi pemasaran digital yang ada di Kota Jambi.
- c) Memperkenalkan peralatan penunjang Parto Jambe dan cara penggunaannya.

2. Kegiatan Tahap II (Praktik penggunaan Aplikasi Parto Jambe Pada Mitra)

Setelah sosialisasi dilakukan, maka tahapan selanjutnya adalah menggunakan aplikasi Parto Jambe pada mitra dengan tahapan sebagai berikut:

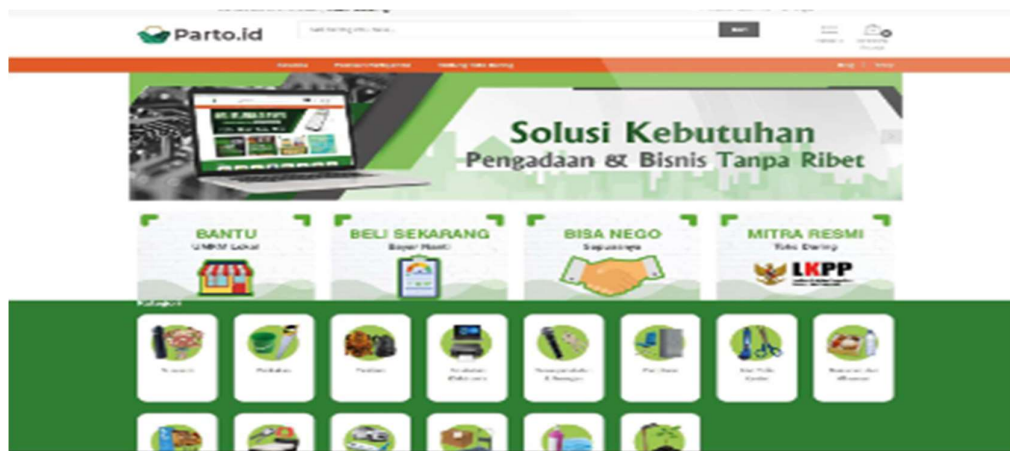
- a) *Mendownload* aplikasi Parto Jambe pada perangkat android yang telah disiapkan.
- b) Membuat akun mitra pada aplikasi Parto Jambe.
- c) Penggunaan aplikasi Parto Jambe pada mitra dengan cara menginput item-item penjualan dan harga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi Parto Jambe merupakan aplikasi yang lahir akibat terjadinya pandemi covid-19 yang melanda Indonesia. Hal ini dikarenakan konsumen tidak dapat melakukan aktivitas seperti biasanya dikarenakan protokol kesehatan yang ketat untuk menghindari terpapar virus covid. Akibat yang terjadi adalah perputaran roda ekonomi terganggu. Menurunnya omzet pedagang karena pembelian yang menurut drastis akibat para pembeli enggan melakukan transaksi secara langsung.

Agar pembeli dapat berbelanja dan para pedagang bisa berjualan dengan aman dan nyaman, Pemerintah Kota Jambi meminta PT. Affan Technology Indonesia untuk menciptakan sebuah wadah digital untuk aktivitas jual dan beli. Akhirnya, hadir pasar tradisional online yang disingkat dengan PARTO, yang sebelumnya bernama Parto Jambe diciptakan.

Parto disambut baik oleh para warga di Kota Jambi. Kosumen dapat berbelanja secara puas dan aman, para pedagang juga dapat berjualan kembali. Dalam perjalanannya Parto melakukan ekspansi usaha ke seluruh Indonesia. Pada Februari 2023 Parto memulai pergerakan nasional dengan pengembangan di wilayah Jawa Barat dan Nusa Tenggara Timur.



Gambar 1. Tampilan Parto Jambe.id

Parto singkatan dari Pasar Tradisional Online. Dalam dunia *e-commerce*, Parto merupakan B2G toko daring sahabat UMKM, koperasi dan bumdes yang aman, nyaman, mudah dan cepat. Parto menghubungkan pemerintah daerah, penyedia dan masyarakat lokal dengan mudah. Parto memberikan 2 solusi, yaitu:

1. Mewujudkan pengadaan barang/jasa pemerintah secara daring dengan aman, nyaman, mudah dan cepat.
2. Meningkatkan keterlibatan UMKM dan koperasi dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah secara daring.

Parto telah memiliki 15 kategori produk yang ada di dalam *marketplace*. Jumlah keseluruhan produknya mencapai 2.698. Nilai transaksi sebanyak Rp15 miliar, dan juga sudah berada di peringkat 10 nasional (Afifahm Ainun, 2023).



Gambar 2. Mekanisme Belanja PARTO menggunakan perspektif pembeli

Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi mendorong semua orang termasuk para UMKM untuk terus beradaptasi. *Digital marketing* merupakan salah satu dari perkembangan teknologi yang sudah mulai banyak dilakukan oleh para UMKM untuk meningkatkan penjualan mereka (Setiawan, 2023). Aplikasi penjualan online tidak hanya akan memberikan kemudahan bertransaksi, namun juga dapat memperluas jangkauan pasar bagi UMKM. Hal ini akan memberikan dampak pada kemudahan dalam memasarkan produk secara efektif dan efisien (Fitriyana et al., 2021)

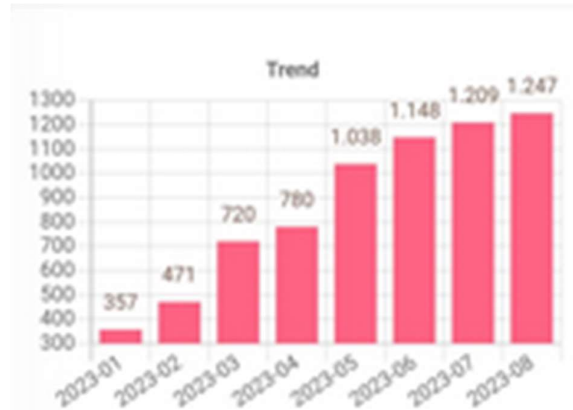
Aplikasi Parto merupakan salah satu aplikasi penjual online yang ada di Kota Jambi. Pada aplikasi Parto Jambe terdapat 15 kategori yang dapat dijadikan referensi bagi pembeli dan penjual. Kategori tersebut adalah (1) Souvenir; (2) Perkakas; (3) Fshion; (4) Peralatan Elektronik; (5) Sewa Peralatan dan ruangan; (6) Furniture; (7) Alat Tulis Kantor; (8) Makanan dan Minuman; (9) Jasa Kreatif; (10) Akomodasi; (11) Jasa Transportasi; (12) Kurir; (13) Alat Kesehatan; (14) Pertanian dan peternakan dan (15) Jasa Instalasi.



Gambar 3. Kategori usaha pada Parto Jambe

UMKM Kuliner merupakan jenis UMKM yang mendominasi di Kota Jambi. Jumlah UMKM Kuliner di Kota Jambi sebanyak 21.186 UMKM dengan kepemilikan berkelompok

dan mandiri. Jumlah mitra Parto Jambi dari Januari 2023 sampai dengan Agustus 2023 terus mengalami peningkatan.



Gambar 4. Jumlah perkembangan Mitra Parto Jambi tahun 2023

Pada bulan Januari 2023 jumlah mitra yang tergabung dalam Parto Jambi sebanyak 357 UMKM, mengalami peningkatan sebesar 31,93% pada february 2023. Pada bulan Juni 2023 jumlah mitra telah meningkat dengan pesat yaitu 1.148 UMKM. Jumlah UMKM mitra Parto pada Agustus 2023 sebanyak 1.247 yang mengalami peningkatan sebesar 3,14% dari bulan Juli 2023. Data di atas menunjukkan bahwa jumlah UMKM yang menjadi mitra di Parto Jambi terus mengalami peningkatan setiap bulannya.

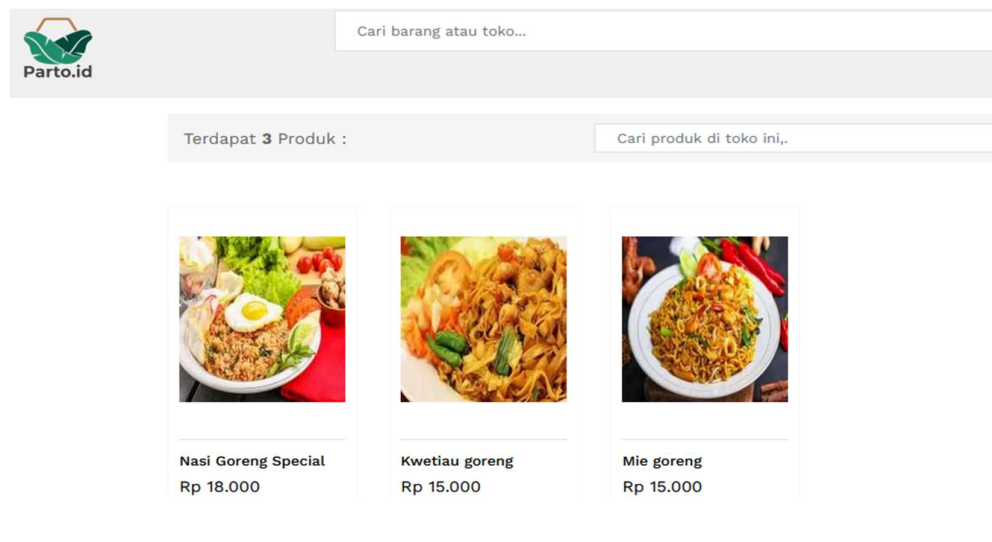
Untuk menjadi mitra Parto Jambi UMKM harus mempersiapkan persyaratan sebagai berikut: (1) Kartu tanda Penduduk (KTP), (2) Rekening Bank 9 Jambi, (3) NPWP, dan (4) NIB.



Gambar 5. Persyaratan Menjadi Mitra Parto Jambi

Setelah syarat tersebut dipenuhi, dan dalam proses registrasi masih mengalami kendala UMKM bisa meminta bantuan dari staf Parto Jambe untuk membantu registrasi usaha mereka.

Salah satu contoh UMKM kuliner yang telah terdaftar di Parto Jambe adalah Yuli Kitchen. Ada 3 menu yang telah ditampilkan dalam aplikasi Parto Jambe yaitu Nasi Goreng Special Kwetiau Goreng dan Mie Goreng.



Gambar 6. Salah Satu Contoh UMKM Kuliner di Parto Jambe



Gambar 7. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Parto Jambe merupakan aplikasi yang berasal dari provinsi Jambi sendiri. Sangat disayangkan jika para UMKM yang ada di Kota Jambi tidak memanfaatkan aplikasi ini. Pengabdian ini merupakan salah satu bentuk transfer teknologi bagi para pelaku UMKM.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini memberikan pengetahuan, keterampilan dan pemahaman bagi para pelaku UMKM Kuliner tentang aplikasi pemasaran yang ada di Kota Jambi. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan agar para pelaku UMKM dapat lebih memperluas pasar produk yang mereka hasilkan agar terjadi peningkatan usaha yang berdampak pada peningkatan penghasilan para UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang didapat dari pelatihan ini adalah adanya tambahan wawasan kepada para UMKM Kuliner di Kota Jambi dalam memasarkan hasil produksi mereka pada aplikasi Parto Jambe yang telah bermitra dengan pemerintah daerah. Meluasnya target pasar produk UMKM, serta meningkatkan omset penjualan yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM

Saran dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini adalah agar para UMKM mau untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola aplikasi Parto Jambe. Peningkatan ini dapat dilakukan dengan memperbanyak menu-menu yang diperjualbelikan di halaman web masing-masing UMKM. Penggunaan visualisasi dari menu yang lebih menarik perhatian para konsumen. Hal ini dilakukan agar dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja di toko UMKM tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih tim sampaikan kepada kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Jambi dan kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifahm Ainun. (2023). *Parto Jambe, Market Place Buatan Lokal Pertama di Sumatera*. Oerban.Com. <https://oerban.com/mengenal-parto-jambe-market-place-buatan-lokal-pertama-di-sumatera/>
- Bustomi, M. A., Rohedi, A. Y., Sunarno, H., Prajitno, G., Indarto, B., Nurif, M., & Purwanti, E. (2020). Pelatihan Pemasaran Online Produk Masyarakat Kecamatan Bantur Kabupaten Malang. *Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, 52, 27–37.

- Fachrina, R., & M.Nawawi, Z. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 247–254. <https://doi.org/10.36908/JIMPA.V2I2.75>
- Fajar Ramadhani, M. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM melalui Digital Marketing Pada Keripik Pisang Banna-Qu. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 153–158. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/abdipraja/article/view/4297>
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19. *Dedikasi PKM*, 2(2), 206–211.
- Ketut, N., Pramesti, Y., Putu, I., & Pradhana, D. (2023). Pengembangan Umkm Melalui Pelatihan E-Commerce Di Kabupaten Badung Msme Development Through E-Commerce Training In Badung REGENCY. In *Abdimas Galuh* (Vol. 5, Issue 1).
- Lihat Jambi.com. (2023, January). *Parto Jambe Platform Marketplace Lokal Jambi Siap Rangkul Semua Produk UMKM - Lihat Jambi*. Lihat Jambi.Com. <https://www.lihatjambi.com/ekonomi-bisnis/pr-5746468210/parto-jambe-platform-marketplace-lokal-jambi-siap-rangkul-semua-produk-umkm>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Puspita Wulandana, N., Alya, A., & Agashi Lumbu, A. (2022). Dampak pandemi covid-19 terhadap umkm di indonesia. *Jurnal lentera bisnis*, 11(2), 137–145. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.510>
- Saptaningtyas, W. W. E., & Rahayu, D. K. (2020). A proposed model for food manufacturing in smes: Facing industry 5.0. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, August, 1653–1661.
- Setiawan, I. (2023). Optimalisasi Dan Pengembangan Produk Umkm Melalui Digital Marketing Optimization And Development Of Smes Products Through Digital Marketing. In *Abdimas Galuh* (Vol. 5, Issue 1).
- Sugiarto. (2018). Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kuliner Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Masa Pandemi Di Blitar. *JUPEKO: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(1), 35–38.
- Wijaya, L. D., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Strategi dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 2528–1216. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi>