

UPAYA PENINGKATAN PROMOSI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA PANGKALPINANG MEMANFAATKAN INNOVATIVE DIGITAL LEARNING

Seno Hadi Saputro, Hengki, Yohanes Setiawan

STMIK Atma Luhur

Jl. Jend. Sudirman, Selindung, Gabek, Pangkalpinang, (0717) 433506

e-mail : seno.hadi@atmaluhur.ac.id

Abstrak

Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan adalah untuk mengembangkan kegiatan bisnis UMKM makanan dan minuman di kota Pangkalpinang dengan penggunaan teknologi digital. Metode yang digunakan adalah dengan mengadakan workshop Innovative Digital Learning selama 8 pertemuan di Laboratorium Komputer Kampus STMIK Atma Luhur. Setiap pertemuan selama 8 jam untuk memberikan keterampilan sederhana dalam mengoperasikan teknologi digital. Pertemuan pertama dilaksanakan workshop pembuatan blog masing-masing UMKM. Pertemuan kedua sampai dengan kelima dilaksanakan workshop pembuatan web masing-masing UMKM. Sedangkan pertemuan keenam sampai dengan kedelapan dilaksanakan workshop pembuatan marketing online lewat bukalapak, Lazzada, Shopee dan Instagram. Jumlah UMKM yang terlibat adalah 20 UMKM makanan dan minuman di kota Pangkalpinang. Sebelum dan sesudah pelatihan diberikan kuesioner tentang berapa rata-rata banyak produk yang berhasil terjual serta berapa besar rata-rata laba yang didapatkan per bulan. Dari hasil survey yang telah dilakukan maka didapatkan hasil peningkatan laba UMKM yang telah mengikuti program pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan yaitu rata-rata sebesar 50,18%. Survey dilaksanakan sebelum pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan yaitu pada bulan Juli 2019 dan setelah pengabdian kepada masyarakat yaitu pada bulan Oktober 2019.

Kata Kunci : Innovative Digital Learning, UMKM, Workshop

Abstract

The purpose of Community Service that has been undertaken is to develop the business activities of SMEs food and drinks in the city of Pangkalpinang with the use of digital technology. The method used is to hold a workshop Innovative Digital Learning for 8 meeting at the Computer Laboratory STMIK Atma Luhur. Each meeting for 8 hours to give a simple skill to operate the digital technology. The first meeting held workshops each blog creation of SMEs. The second to fifth meeting held workshops each web creation of SMEs. While the sixth to the eighth meeting held workshops online marketing through bukalapak manufacture, Lazzada, Shopee and Instagram. Number of SMEs involved is 20 SMEs food and drink in the city Pangkalpinang. Before and after training is given a questionnaire about how average many products are sold and how much the average income earned per month. From the results of the survey that was conducted showed an increase in profits of SMEs who have attended the community service program has been implemented which is an average of 50.18%. Surveys conducted before the community service held namely in July 2019 and after the dedication to the community ie in October 2019.

Keyword : Innovative Digital Learning, SMEs, Workshop

1. PENDAHULUAN

Di negara berkembang seperti Indonesia, industri usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu tulang punggung negara. Negara telah berupaya untuk meningkatkan pertumbuhan UMKM di Indonesia salah satunya adalah dengan melakukan pembinaan dan pendampingan usaha. Walau begitu, dalam perkembangannya tentu tidak terlepas dari masalah. Permasalahan yang umum ditemui adalah kesulitan untuk memasarkan produk dan mempunyai pangsa pasar yang luas karena UMKM tersebut hanya memasarkan produknya di daerah tertentu saja tanpa memanfaatkan teknologi digital. Banyak dari pelaku usaha masih belum mengenal teknologi digital untuk mengembangkan usahanya. Padahal pemanfaatan teknologi digital semakin mudah dijangkau dan digunakan bahkan untuk orang awam sekalipun.

Pertumbuhan UMKM di Pangkalpinang sangat pesat, namun kondisi di daerah kami banyak UMKM enggan menggunakan teknologi informasi untuk mengembangkan usahanya dikarenakan minimnya pengetahuan pemanfaatan ICT untuk melaksanakan perluasan pemasaran melalui ICT misalnya memanfaatkan media sosial, menggunakan video sebagai sarana promosi, dan bahkan masih banyak UMKM tidak mampu mengoperasikan laptop dan handphone seperti ibu rumah tangga yang usianya diatas 40 tahun. Berikut ini kami tampilkan satu contoh UMKM yang ada di kota pangkalpinang dimana memiliki produk menarik namun perlu perkembangan lagi dari segi modal dan pemanfaatan ICT.



Gambar 1. Contoh Salah Satu Mitra Galeri UMKM Prabu Thai Tea

Galeri Prabu Thai Tea ini berada dipusat alun-alun kota pangkalpinang, dimana belum memanfaatkan ICT namun produk cukup laku tapi stagnan serta jarang melaksanakan inovasi produk seperti membuat produk baru atau cita rasa baru. Oleh sebab itu, perlu pengetahuan mengenai ICT guna meningkatkan produksi dan distribusi penjualan produk.



Gambar 2. Salah Satu Produk Mitra Prabu Thai Tea

Permasalahan pada mitra yang terjadi menurut kajian lapangan sebagai berikut:

- a. Rata-rata mitra belum memanfaatkan ICT untuk memperluas usahanya dan distribusi hasil produksi dari produk yang ada pada mitra bersangkutan.
- b. Rata-rata mitra belum mampu menggunakan teknologi informasi bahkan ada yang belum mampu mengetik.
- c. Rata-rata mitra belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.
- d. Rata-rata mitra pangsa pasarnya masih lokal yaitu seputaran pangkalpinang.
- e. Tidak adanya manajemen perhitungan antara biaya bahan baku, produksi, dan estimasi penjualan (omset).

Untuk mengatasi masalah UMKM makanan dan minuman di kota pangkalpinang dalam memasarkan produk agar dikenal dan mempunyai potensi pasar yang luas adalah UMKM tersebut adalah dengan memanfaatkan teknologi digital. Tidak banyak UMKM tersebut yang dapat memanfaatkan teknologi digital, untuk itulah kami mengusulkan untuk mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat agar UMKM tersebut dapat memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produknya.

Berbagai solusi dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan UMKM tersebut. Solusi pertama yang dapat dilakukan agar UMKM dapat memasarkan produk agar dikenal dan mempunyai potensi pasar yang luas adalah UMKM harus mempunyai blog khusus untuk UMKM tersebut. Pengabdian Kepada Masyarakat pertama yang telah dilakukan adalah melaksanakan Workshop tentang pembuatan blog UMKM. Luaran yang dihasilkan dari Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut adalah UMKM dapat memiliki blog sendiri didalam memasarkan produknya. Blog tersebut akan berisi konten variasi produk yang akan dijual.

Solusi kedua adalah UMKM harus memiliki web khusus untuk UMKM tersebut. Pengabdian Kepada Masyarakat kedua yang telah dilakukan adalah melaksanakan Workshop tentang pembuatan web UMKM. Luaran yang akan dihasilkan dari Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut adalah UMKM dapat memiliki web sendiri didalam memasarkan produknya. Dengan adanya web sendiri maka UMKM dapat memasarkan produknya secara online. Luaran yang dihasilkan dari Pengabdian Kepada Masyarakat

tersebut adalah UMKM memiliki web sendiri didalam memasarkan produknya.

Solusi ketiga adalah UMKM harus dapat memasarkan produknya secara online melalui website online yang sudah terkenal. Pengabdian Kepada Masyarakat ketiga yang telah dilakukan adalah melaksanakan Workshop tentang cara memasarkan produk ke media online seperti Bukalapak, Lazzada, Shopee dan Instagram. Luaran yang akan dihasilkan dari Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut adalah UMKM dapat mengetahui cara memasarkan produk melalui website online yang sudah terkenal. Dengan adanya pemasaran media online yang sudah dikenal masyarakat diharapkan produk yang dijual UMKM dapat memiliki pangsa pasar yang luas.

Pengabdian kepada masyarakat sebelumnya telah dilakukan oleh tim lain, pengabdian masyarakat tersebut mendapatkan hasil Jumlah UKM yang menjadi responden dari penelitian terbagi dalam 2 (dua) kategori: (1) UKM yang menggunakan TI sebanyak 23 responden, (2) UKM yang tidak/belum menggunakan TI sebanyak 91 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Adopsi Teknologi Informasi (TI) pada UKM di Kota Batam masih tergolong rendah; (2) Kendala utama yang dihadapi oleh UKM di Kota Batam dalam mengadopsi TI adalah biaya untuk pembelian perangkat TI. Perlu dilakukan sebuah langkah strategis seperti memberikan bantuan perangkat TI tepat guna bagi UKM atau menciptakan UKM yang mampu memproduksi TI untuk UKM, serta memberikan pelatihan kepada pelaku UKM dalam menggunakan TI. Tentunya langkah strategis seperti ini membutuhkan keterlibatan para stakeholder [1].

2. TINJAUAN TEORI

2.1. Blog

Blog merupakan suatu situs yang memungkinkan individu untuk berbagi pikiran dan perasaan dengan seketika kepada teman dan pembacanya [1]. Manfaat blog untuk UMKM sebagai berikut :

1. Dengan memiliki blog, para pelaku usaha dapat lebih mudah mengekspresikan diri dalam menyampaikan informasi yang mendetail tentang berbagai hal terkait produk bisnis yang ditawarkan.
2. Dapat membuat para konsumen lebih dekat dengan UMKM tersebut melalui ketersediaan halaman komentar dan testimonial. Hal ini tentu dapat membuat calon konsumen baru yang terpengaruh oleh pelanggan lama.
3. Dengan memiliki sebuah blog, para pelaku usaha dapat memberikan berbagai edukasi kepada konsumen. Misalnya ketika akan meluncurkan produk baru atau rencana pengembangan produk, perusahaan dapat berbagi informasi melalui blognya sekaligus memancing respon dari para konsumen atau masyarakat luas secara umum, sehingga terjalin komunikasi dua arah.
4. Rasa keyakinan konsumen kepada UMKM akan lebih dapat terwujud ketika konsumen mengunjungi blog tersebut. Apalagi blog yang dimaksud terlihat aktif, baik dalam hal promosi mengadakan event tertentu, menangani project baru, maupun interaksi dengan klien dan konsumen.
5. Blog dapat membantu pengoptimalan pada mesin pencari internet. Blog biasanya berisi ragam informasi (artikel) yang terkait dengan produk-produk bisnis yang ditawarkan para pelaku UMKM. Semakin banyak artikel yang dimuat tentu akan membuat peluang kunjungan ke situs usaha semakin besar. Hal ini dapat meningkatkan jumlah calon konsumen dan popularitas produk bisnis yang ditawarkan.

2.2. Desain Web

Desain web adalah istilah yang sering digunakan dalam suatu situs web yang ditampilkan pada penggunaanya lewat sebuah browser web atau perangkat lunak berbasis web [2]. Manfaat dibuatnya web untuk UMKM sebagai berikut :

1. Memudahkan orang untuk mencari produk yang mereka butuhkan.
2. Dapat memberikan informasi yang lengkap dan dengan tampilan yang menarik.
3. Dengan tombol Call to Action, dapat memudahkan pengunjung website menghubungi UMKM untuk menanyakan hingga membeli produk/jasa yang ditawarkan melalui website.

4. Memudahkan sosialisasi dan edukasi ke publik secara online.
5. Dapat memuat penjelasan dalam bentuk video, teks dan gambar.
6. Lebih mengikat pemirsa saat melakukan promosi melalui sosial media, orang tidak lekas lupa dengan produk UMKM jika memakai website dengan nama domain yang sesuai produk UMKM.
7. Dapat menjangkau pasar lebih luas. Indonesia memiliki 130 juta pengguna internet dan dapat menjangkau pasar internasional.
8. Dapat berinteraksi langsung dengan pengunjung website dan menerima pesanan melalui telepon ataupun formulir contact di website.
9. Dapat membuat promo terbaru dengan sangat cepat.
10. Dapat dipromosikan pada seluruh saluran digital marketing di internet.
11. Bisa mendapatkan feedback atau umpan balik dari pelanggan dan calon pelanggan sehingga usaha selalu mendapat masukan dan ide segar untuk kemajuan bisnis.

2.3. Pemasaran Online

Pemasaran online adalah pemasaran secara online yang dilakukan melalui sistem komputer online interaktif yang menghubungkan pelanggan dengan penjual secara elektronik (Muniroh, Hurriyaturohman and Marlina, 2017) [3]. Dengan adanya pemasaran online yang sudah dikenal masyarakat diharapkan produk yang dijual UMKM dapat memiliki pangsa pasar yang luas. Beberapa kategori produk yang dapat dijual dan memiliki penjualan retail terbanyak yaitu barang kebutuhan sehari-hari, pakaian, barang elektronik, kebutuhan kantor, aksesoris, buku/CD/VCD, peralatan rumah tangga, produk handmade, makanan, produk kesehatan, perhiasan dan alat-alat olahraga [2].

3. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang telah dilakukan adalah dengan mengadakan workshop *Innovative Digital Learning*. Workshop tersebut akan diadakan selama 8 pertemuan setiap hari sabtu di laboratorium komputer kampus STMIK Atma Luhur. Setiap pertemuan selama 8 jam untuk memberikan keterampilan dalam mengoperasikan teknologi digital yang nantinya UMKM tersebut mempunyai luaran berupa blog khusus untuk UMKM, Website UMKM dan mampu untuk memasarkan produknya di website media online yang sudah terkenal. Dari luaran yang dihasilkan maka diharapkan UMKM mampu mengenalkan produknya dan mempunyai pangsa pasar yang luas.

Langkah pertama yang telah dilakukan adalah pemilihan peserta workshop. Peserta workshop dipilih melalui survei. Peserta yang dipilih adalah UMKM makanan dan minuman di kota pangkalpinang yang belum sama sekali mempunyai blog, website maupun belum dapat memasarkan produknya secara online di media yang sudah terkenal. Karena keterbatasan dana yang diusulkan, maka akan dipilih 20 UMKM makanan dan minuman di kota pangkalpinang.

Pertemuan pertama Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan adalah mengadakan workshop pembuatan blog UMKM. Workshop tersebut telah dilakukan pada tanggal 06 Juli 2019. Materi workshop tersebut adalah UMKM akan dibimbing dari dasar pembuatan blog sampai UMKM tersebut mampu untuk menciptakan blog UMKM sendiri sehingga luaran dari workshop tersebut adalah 20 blog UMKM.

Pertemuan kedua sampai dengan kelima Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan adalah mengadakan workshop pembuatan web UMKM. Workshop tersebut telah dilakukan pada tanggal 13 Juli 2019 sampai dengan 10 Agustus 2019. Materi workshop tersebut adalah UMKM akan dibimbing dari dasar pembuatan web sampai UMKM tersebut mampu untuk menciptakan web UMKM sendiri sehingga luaran dari workshop tersebut adalah 20 web UMKM.

Pertemuan keenam sampai dengan kedelapan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan adalah mengadakan Workshop tentang cara memasarkan produk ke media online seperti Bukalapak, Lazzada, Shopee dan Instagram. Workshop tersebut telah dilakukan pada tanggal 15 Agustus 2019 sampai dengan 31 Agustus 2019. Materi workshop tersebut adalah UMKM akan dibimbing langkah-langkah untuk menampilkan produknya di Bukalapak, Lazzada, Shopee dan Instagram

sehingga luaran dari workshop tersebut adalah UMKM ada produk yang dipasarkan di website tersebut.

Untuk mengukur pengembangan dan pemasaran usaha bisnis UMKM makanan dan minuman kota pangkalpinang, sebelum pelatihan akan diberikan kuesioner tentang berapa rata-rata banyak produk yang berhasil terjual serta berapa besar rata-rata laba yang didapatkan per bulan. Sesudah pelatihan, setiap 2 bulan sekali akan diadakan kunjungan ke lokasi UMKM yang telah mengikuti pelatihan UMKM dan akan diberikan kuesioner dengan pertanyaan yang sama. Dari kuesioner tersebut akan dapat diketahui perkembangan pemasaran usaha bisnis UMKM makanan dan minuman kota pangkalpinang. Apabila hasil banyaknya produk yang berhasil terjual serta laba yang didapatkan per bulan meningkat, berarti kegiatan workshop tersebut berhasil.

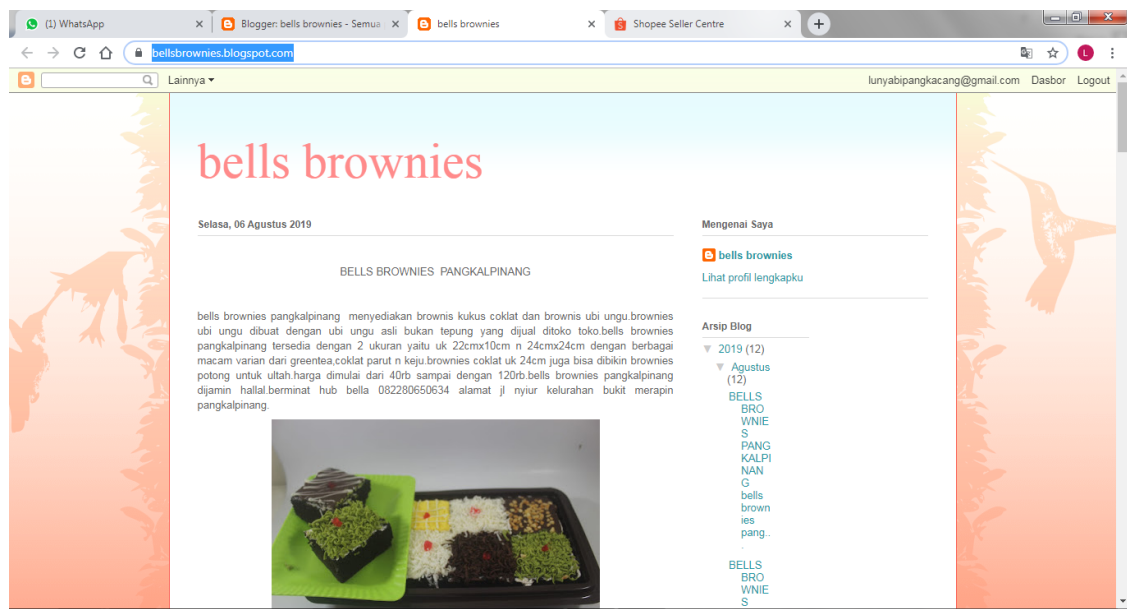
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan. Tahap pertama adalah melakukan kunjungan ke Dinas Perindustrian Koperasi Dan UMKM Kota Pangkalpinang. Dinas Perindustrian Koperasi Dan UMKM Kota Pangkalpinang memberikan data UMKM Kota Pangkalpinang. Dari data tersebut kemudian tim PKM menghubungi peserta UMKM. Setelah menghubungi peserta UMKM, maka dimulai pertemuan pertama untuk workshop pengabdian Kepada Masyarakat. Data peserta UMKM yang terlibat sebagai berikut :

No.	Nama Mitra	Usaha Mitra
1.	Budi Haryanto	Prabu Thaitea
2.	Meliya dewi	Cemil Stik Keju
3.	Gusniarti	Aubi Snack
4.	Sonya Yeni Ferti	Lunya Bipang Kacang
5.	Ratnaningrum Hajariyah	Arum Wedang
6.	Delta Suseska	Matata Cake
7.	Rospah Ediawati	Alent Snack
8.	Bella Yulia Lestari	Bells Brownies
9.	Desiana	Pempek Bu Des
10.	Ketty Agustina	Pempek Cek Ketty
11.	Chindy Puspa Sari	Afnan Cake
12.	Darmawati	Keripik Singkong Oven Disti
13.	Desi Arisanti	UJ. Madu
14.	Panji Satria Nugraha	Stik Alfaris
15.	Yoland Febrian	Jamur Crispy Cahaya
16.	Indah Kurniati	Kafe Desanin
17.	Chandra Kirana	Ayam Geprek Chaki
18.	Fenlay	Siomay Kite
19.	Aulya Renielda	Lovaaz
20.	Mardina	Keretek Wahyou

Tabel 3. Data Peserta UMKM

Pertemuan pertama Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan adalah mengadakan workshop pembuatan blog UMKM. Workshop tersebut telah dilakukan pada tanggal 06 Juli 2019. Luaran dari workshop tersebut adalah 20 blog UMKM. Salah satu contoh blog yang sudah dihasilkan dari workshop tersebut sebagai berikut :



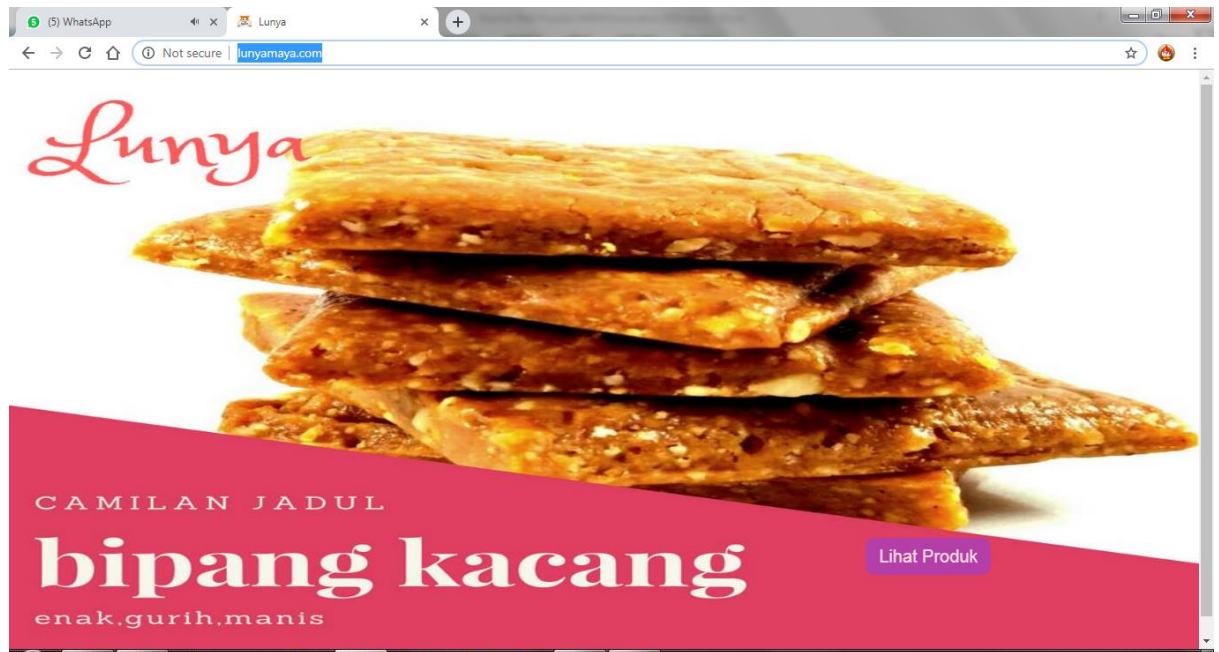
Gambar 3. Blog Milik Bella Yulia Lestari

Secara lengkap luaran blog yang telah dihasilkan sebagai berikut :

No.	Nama Mitra	Usaha Mitra	Luaran Blog UMKM
1.	Budi Haryanto	Prabu Thaitea	https://thaiteaku.blogspot.com/
2.	Meliya dewi	Cemil Stik Keju	https://cemilsnackbangka.blogspot.com/
3.	Gusniarti	Aubi Snack	https://rengginangaubi.blogspot.com/
4.	Sonya Yeni Ferti	Lunya Bipang Kacang	https://lunyabipangkacang.blogspot.com/
5.	Ratnaningrum Hajariyah	Arum Wedang	https://wedangarum.blogspot.com/
6.	Delta Suseska	Matata Cake	https://dlsuseska.blogspot.com/
7.	Rospah Ediwati	Alent Snack	https://alentproduct.blogspot.com/
8.	Bella Yulia Lestari	Bells Brownies	https://bellsbrownies.blogspot.com/
9.	Desiana	Pempek Bu Des	https://yobelibeli.blogspot.com/
10.	Ketty Agustina	Pempek Cek Ketty	https://cekketty.blogspot.com/
11.	Chindy Puspa Sari	Afnan Cake	https://afnancakecookies.blogspot.com/
12.	Darmawati	Keripik Singkong Oven Disti	https://singkongdisti.blogspot.com/
13.	Desi Arisanti	UJ. Madu	https://ujmadu.blogspot.com/
14.	Panji Satria Nugraha	Stik Alfaris	https://alfarismart.blogspot.com/
15.	Yoland Febrian	Jamur Crispy Cahaya	https://jamurcrispycahaya.blogspot.com/
16.	Indah Kurniati	Kafe Desanin	https://desaninkafe.blogspot.com/
17.	Chandra Kirana	Ayam Geprek Chaki	https://geprekchaki.blogspot.com/
18.	Fenlay	Siomay Kite	https://siomaykite.blogspot.com/
19.	Aulya Renielda	Lovaaz	https://lovaazqu.blogspot.com/
20.	Mardina	Keretek Wahyou	https://wahyoudn.blogspot.com/

Tabel 4. Luaran Blog UMKM

Pertemuan kedua sampai dengan kelima Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan adalah mengadakan workshop pembuatan web UMKM. Workshop tersebut telah dilakukan pada tanggal 13 Juli 2019 sampai dengan 10 Agustus 2019. Luaran dari workshop tersebut adalah 20 web UMKM. Salah satu contoh web yang sudah dihasilkan dari workshop tersebut sebagai berikut :



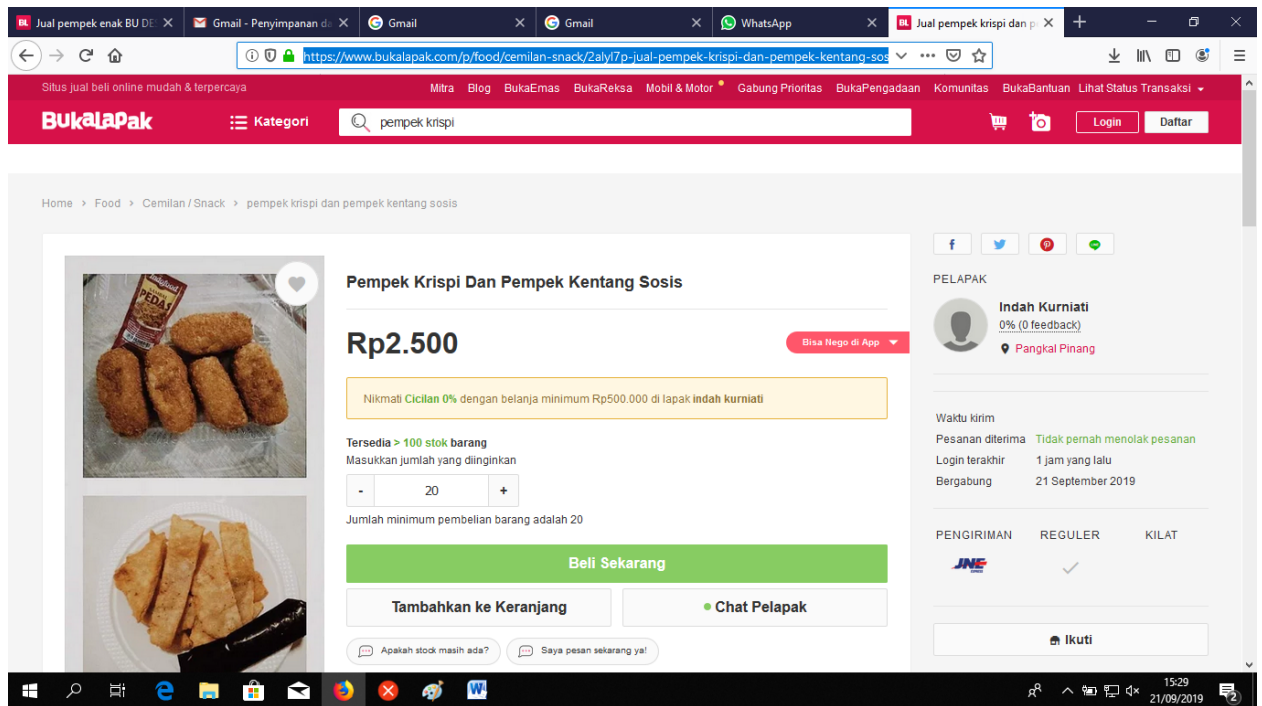
Gambar 4. Web milik Ibu Sonya Yeni Ferti

Secara lengkap luaran web yang telah dihasilkan sebagai berikut :

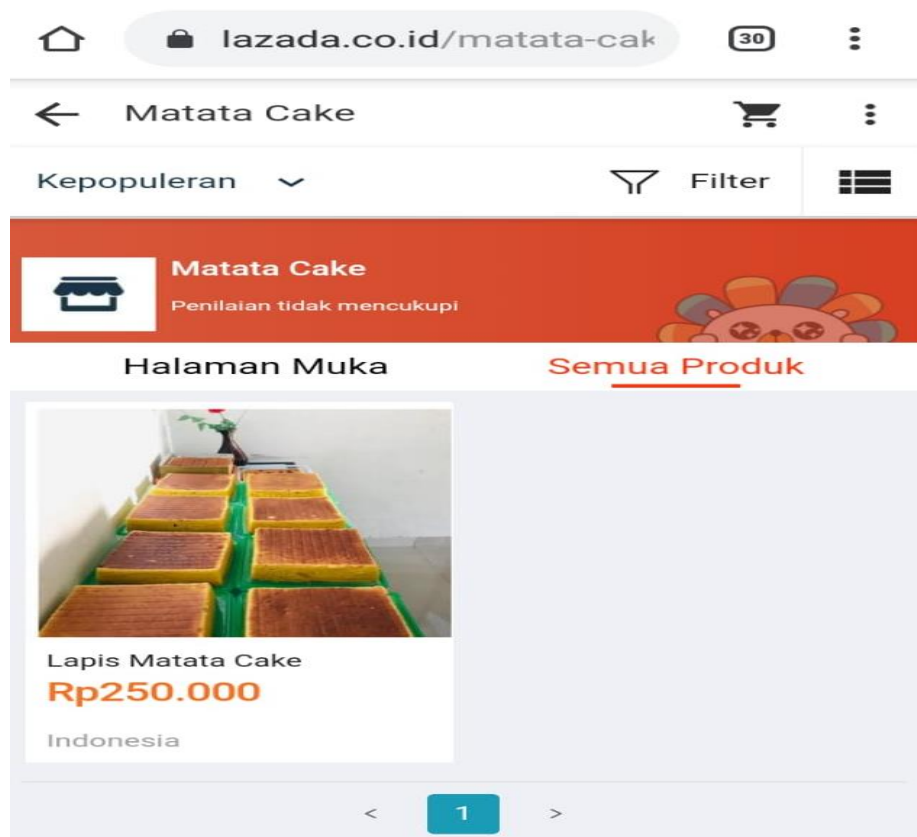
No.	Nama Mitra	Usaha Mitra	Luaran Web UMKM
1.	Budi Haryanto	Prabu Thaitea	http://thaiteaku.com/
2.	Meliya dewi	Cemil Stik Keju	http://dapoercemil.com/
3.	Gusniarti	Aubi Snack	http://aubisnack.com/
4.	Sonya Yeni Ferti	Lunya Bipang Kacang	http://lunyamaya.com/
5.	Ratnaningrum Hajariyah	Arum Wedang	http://aroemshop.com/
6.	Delta Suseska	Matata Cake	http://matatacake.com/
7.	Rospah Ediwati	Alent Snack	http://alentsnack.com/
8.	Bella Yulia Lestari	Bells Brownies	http://bellsbrownies.com/
9.	Desiana	Pempek Bu Des	http://yukbelibeli.com/
10.	Ketty Agustina	Pempek Cek Ketty	http://cekketty.com/
11.	Chindy Puspa Sari	Afnan Cake	https://shopee.co.id/afnancake
12.	Darmawati	Keripik Singkong Oven Disti	http://singkongdisti.com/
13.	Desi Arisanti	UJ. Madu	http://tokodesyadurin.com/
14.	Panji Satria Nugraha	Stik Alfaris	http://alfarismart.com/
15.	Yoland Febrian	Jamur Crispy Cahaya	http://jamurcrispycahaya.com/
16.	Indah Kurniati	Kafe Desanin	http://yukcacha.com/
17.	Chandra Kirana	Ayam Geprek Chaki	http://geprekchaki.com/
18.	Fenlay	Siomay Kite	http://siomaykite.com/
19.	Aulya Renielda	Lovaaz	http://lovaaz.com/
20.	Mardina	Keretek Wahyou	http://wahyou.com/

Tabel 5. Luaran Web UMKM

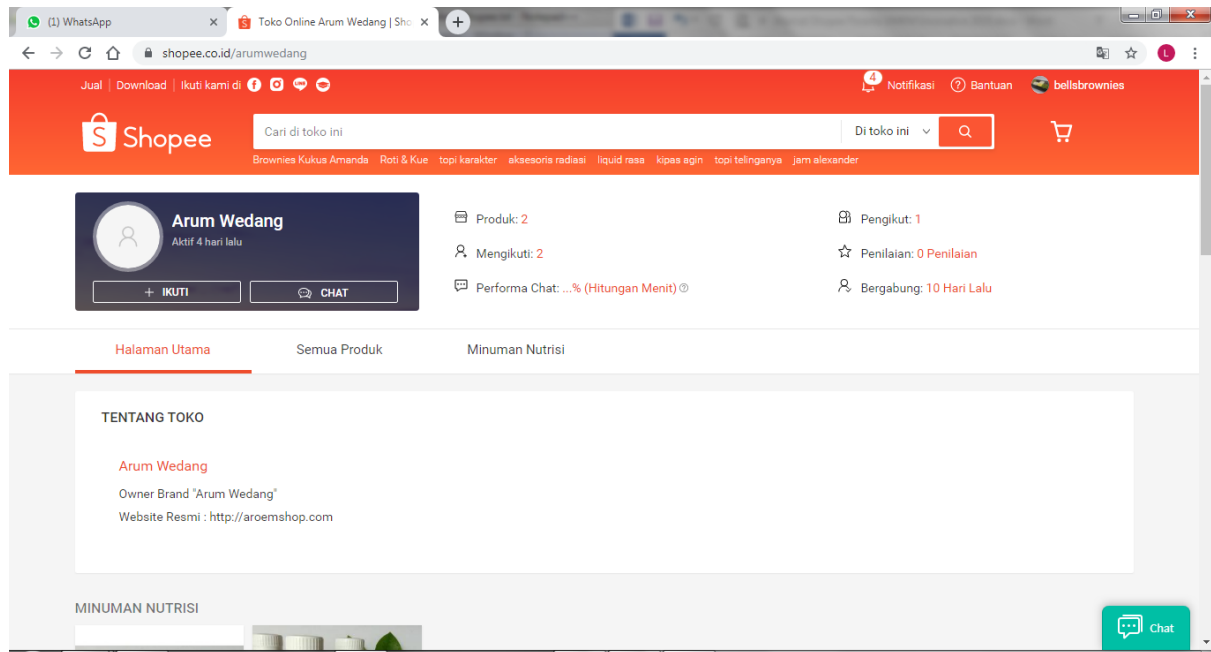
Pertemuan keenam sampai dengan kedelapan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan adalah mengadakan Workshop tentang cara memasarkan produk ke media online seperti Bukalapak, Lazzada, Shopee dan Instagram. Workshop tersebut telah dilakukan pada tanggal 15 Agustus 2019 sampai dengan 31 Agustus 2019. Luaran dari workshop tersebut adalah 20 produk yang dipasarkan di Bukalapak, Lazzada, Shopee dan Instagram. Salah satu contoh produk yang sudah dipasarkan di Bukalapak, Lazzada, Shopee dan Instagram dari workshop tersebut sebagai berikut :



Gambar 5. Produk milik Ibu Indah Kurniati Di Bukalapak

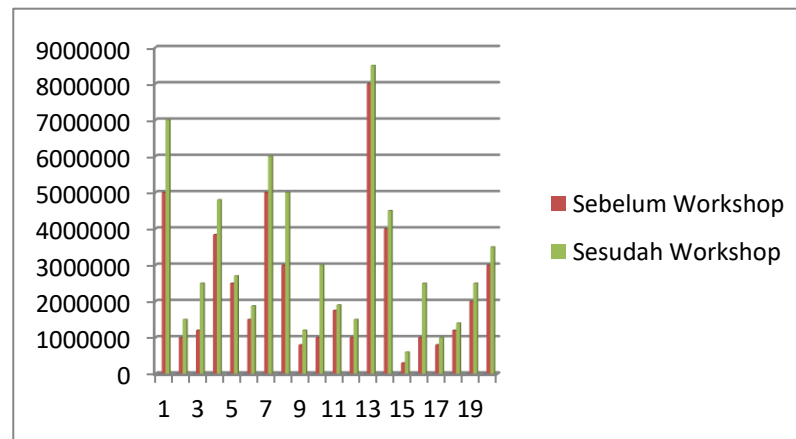


Gambar 6. Produk milik Ibu Delta Suseska Di Lazzada



Gambar 7. Produk milik Ibu Ratnaningrum Hajariyah Di Shopee

Setelah diadakan survey sebelum dan sesudah Pengabdian Kepada Masyarakat, maka didapatkan hasil sebagai berikut :



Gambar 8. Laba Sebelum dan Sesudah PKM

Dari hasil survey yang telah dilakukan maka didapatkan hasil peningkatan laba/keuntungan UMKM yang telah mengikuti program pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan yaitu rata-rata sebesar 50,18%. Survey dilaksanakan sebelum pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan yaitu pada bulan Juli 2019 dan setelah pengabdian kepada masyarakat yaitu pada bulan Oktober 2019.

5. KESIMPULAN

Masyarakat kota Pangkalpinang memiliki kreativitas yang beragam, hal itu sangat berpotensi membangun UMKM yang memiliki daya saing tinggi terutama dalam bidang makanan dan minuman. Akan tetapi tidak sedikit UMKM tersebut tidak mengetahui cara untuk membangun suatu produk menjadi dikenal dan mempunyai potensi pasar yang luas. Untuk membantu permasalahan UMKM tersebut telah dilaksanakan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk mengembangkan kegiatan bisnis UMKM makanan dan minuman di kota Pangkalpinang dengan penggunaan teknologi digital. Adapun solusi yang telah dilaksanakan sebagai berikut :

1. Langkah pertama yang telah dilakukan adalah pemilihan peserta workshop. Peserta workshop dipilih melalui survei. Peserta yang dipilih adalah UMKM makanan dan minuman di kota pangkalpinang

- yang belum sama sekali mempunyai blog, website maupun belum dapat memasarkan produknya secara online di media yang sudah terkenal. Karena keterbatasan dana yang diusulkan, maka akan dipilih 20 UMKM makanan dan minuman di kota pangkalpinang.
2. Pertemuan pertama Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan adalah mengadakan workshop pembuatan blog UMKM. Workshop tersebut telah dilakukan pada tanggal 06 Juli 2019. Materi workshop tersebut adalah UMKM akan dibimbing dari dasar pembuatan blog sampai UMKM tersebut mampu untuk menciptakan blog UMKM sendiri sehingga luaran dari workshop tersebut adalah 20 blog UMKM.
 3. Pertemuan kedua sampai dengan kelima Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan adalah mengadakan workshop pembuatan web UMKM. Workshop tersebut telah dilakukan pada tanggal 13 Juli 2019 sampai dengan 10 Agustus 2019. Materi workshop tersebut adalah UMKM akan dibimbing dari dasar pembuatan web sampai UMKM tersebut mampu untuk menciptakan web UMKM sendiri sehingga luaran dari workshop tersebut adalah 20 web UMKM.
 4. Pertemuan keenam sampai dengan kedelapan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan adalah mengadakan Workshop tentang cara memasarkan produk ke media online seperti Bukalapak, Lazzada, Shopee dan Instagram. Workshop tersebut telah dilakukan pada tanggal 15 Agustus 2019 sampai dengan 31 Agustus 2019. Materi workshop tersebut adalah UMKM akan dibimbing langkah-langkah untuk menampilkan produknya di Bukalapak, Lazzada, Shopee dan Instagram sehingga luaran dari workshop tersebut adalah UMKM ada produk yang dipasarkan di website tersebut.
 5. Untuk mengukur pengembangan dan pemasaran usaha bisnis UMKM makanan dan minuman kota pangkalpinang, sebelum pelatihan akan diberikan kuesioner tentang berapa rata-rata banyak produk yang berhasil terjual serta berapa besar rata-rata laba yang didapatkan per bulan. Sesudah pelatihan, setiap 2 bulan sekali akan diadakan kunjungan ke lokasi UMKM yang telah mengikuti pelatihan UMKM dan akan diberikan kuesioner dengan pertanyaan yang sama. Dari hasil survey yang telah dilakukan maka didapatkan hasil peningkatan laba/keuntungan UMKM yang telah mengikuti program pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan yaitu rata-rata sebesar 50,18%. Survey dilaksanakan sebelum pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan yaitu pada bulan Juli 2019 dan setelah pengabdian kepada masyarakat yaitu pada bulan Oktober 2019.

6. SARAN

Untuk pengabdian kepada masyarakat kedepan selain memberikan workshop dalam pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi juga dapat menambahkan tentang desain kemasan yang digunakan oleh UMKM karena dirasakan desain kemasan yang digunakan UMKM masih kurang menarik. Apabila kemasan menarik, maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Pemanfaatan teknologi informasi didalam pemasaran produk dapat juga untuk UMKM lain selain makanan dan minuman misalnya UMKM Souvenir atau oleh-oleh disuatu daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Drs. Harry Sudjikianto, MM, MBA selaku Ketua Pengurus Yayasan Atma Luhur, Bapak Dr. Djoko Soetarno, DEA selaku penasehat, Bapak Sujono, M.Kom selaku kepala LPPM STMIK Atma Luhur atas dukungannya sehingga Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan dan juga penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam membantu Pengabdian Kepada Masyarakat sehingga dapat berjalan dengan lancar tanpa kendala apapun.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adam, S. et al., 2016. Adopsi Teknologi Informasi Oleh Usaha Kecil Dan Menengah Di Kota Batam, in *Seminar Nasional Universitas Pasir Pengaraian*, pp. 159-163.
- [2] Hsu, C. L and Lin, J. C.C., 2008. Acceptance of Blog Usage: The roles of Technology Acceptance, Social, Influence and Knowledge Sharing Motivation, *Information and Management*, 45(1), pp. 65-74. Doi: 10.1016/j.im.2007.11.001.
- [3] Suharto, M., Ardianto, D. T. And Ismail, A. I., 2017. Pelatihan Pengelolaan Website Toko Online Bagi Surakarta Sebagai Strategi Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 2(2), pp. 229-245.
- [4] Muniroh, L., Hurriyaturrohman and Marlina, A. 2017. Manfaat Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Tas Pada Pengrajin Tas Di Ciampea, *Jurnal Ilmiah Innovator*, pp.58-70.