

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI BISNIS DIGITAL PADA USAHA RUMAHAN DI KELURAHAN SIDOMULYO BARAT PEKANBARU

Jeki Algusri*, Hendri Ali Ardi, Misral, Norra Isnasia Rahayu,
Siti Hanifa Sandri, Sri Rahmayanti

Prodi Keuangan & Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau

*E-mail: jekialgusri@umri.ac.id

Article history

Received: 5 Mei 2024

Revised: 28 Juni 2024

Accepted: 29 Juni 2024

Published: 30 Juni 2024

Abstrak

Pemanfaatan teknologi informasi sudah merambah ke dunia digital bagi para pelaku usaha. Salah satu platform bisnis yang berbasis digital adalah media sosial. Media sosial inilah yang dapat membantu bagi para pelaku usaha dalam melakukan promosi dan penjualan produk, salah satunya adalah pelaku UMKM. Permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM khususnya UMKM yang ada di Kelurahan sidomulyo barat kecamatan tuah madani Pekanbaru adalah penyebaran promosi masih menggunakan cara konvensional dengan cara penyebaran brosur, mengikuti bazar, membuka lapak, dan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini menyebabkan jangkauan daerah pemasaran dan penjualan produk ruang lingkungannya kecil. Sehingga perkembangan bisnis para pelaku UMKM tidak berkembang pesat. Hal ini mempengaruhi pendapatan yang tidak meningkat, jumlah produk yang dijual tidak meningkat dan ruang lingkup wilayah pemasaran tidak luas, selain itu berpengaruh pada besarnya biaya operasional untuk promosi dan penjualan produk. Dengan adanya kegiatan pelatihan kepada pelaku UMKM di Kelurahan sidomulyo barat pekanbaru nantinya para pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat batu digital marketing sehingga cakupan wilayah promosi menjadi luas dan membantu dalam melakukan penjualan produk

Kata kunci: Pelatihan, UMKM, Bisnis Digital

PENDAHULUAN

Digitalisasi memberikan ruang gerak bagi optimalisasi aktivitas masyarakat, yang didukung oleh penggunaan perangkat teknologi untuk memudahkan pelaku industri kecil dan menengah mengenalkan produknya kepada masyarakat. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa dampak pada semakin kuatnya tren pemasaran di lingkungan bisnis, yang pada awalnya menekankan pada strategi konvensional (offline) menjadi digital (online).

Hal ini juga berlaku bagi UMKM Kelurahan sidomulyo barat kecamatan tuah madani Pekanbaru. Platform Digital dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan promosi melalui media online ataupun media social lainnya. Selama ini pelaku UMKM hanya menggunakan media promosi melalui mulut kemulut saja akibatnya tidak banyak orang mengetahui keberadaan usaha rumahan ini.

Melalui Platform digital individu atau kelompok dapat berkumpul untuk bertukar informasi, berdagang, atau menawarkan barang secara online. Keberadaan platform digital sendiri telah mengubah mekanisme bisnis yang selama ini tradisional menjadi model bisnis modern dengan menggunakan

teknologi Internet dan jaringan data. Platform digital juga telah merevolusi dunia bisnis, mengubah cara kita dalam berinteraksi, bertransaksi, dan berkomunikasi. Hal ini menawarkan peluang baru bagi para pelaku bisnis dan memungkinkan akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional.

Dengan menggali potensi inovasi teknologi digital secara mendalam, UMKM dapat membentuk cerita bisnis yang mencerahkan, bukan hanya sebagai peserta dalam pasar global, tetapi juga sebagai pelaku yang berkontribusi secara berarti terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan. Dalam perjalanan ini, penerapan inovasi pemasaran digital bukanlah sekadar pilihan, melainkan sebuah kebutuhan strategis yang menjadi kunci untuk membuka pintu menuju masa depan yang penuh harapan bagi UMKM (Tohawi, Iswanto, Subekan, Dianto, et al., 2023).

Teknologi sudah mengubah cara manusia berkomunikasi serta beraktivitas. Begitu juga dalam pemasaran yang telah bergerak ke arah digital. Evolusi kegiatan bisnis secara digital semakin kompleks, di mulai dari proses untuk meraih konsumen, membangun preferensi konsumen, mengenalkan produk, hingga meningkatkan penjualan. Dengan digitalisasi, maka peluang UMKM untuk masuk dalam kancah industri global semakin terbuka. Selain itu untuk mendukung pengembangan pemasaran berbasis kewirausahaan dengan memanfaatkan e-commerce juga diperlukan bagi industri kecil untuk dapat bersaing di era global (Harini et al., 2017). Platform yang tersedia dapat dimanfaatkan oleh pegiat IKM, dan salah satu yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran adalah Google Bisnisku (Ridwan et al., 2019).

Berdasarkan fenomena yang di uraikan diuraikan diatas tim Dosen mengusulkan melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mitra kelompok usaha kelurahan sidomulyo barat khususnya usaha rumahan yang berada di jalan melur, Kelurahan Sidomulyo Barat , Tampan untuk memaksimalkan media digital kepada pelanggan melalui aplikasi seosial media.

Berdasarkan Analisis situasi mitra, permasalahan yang di hadapi adalah:

1. Minim nya pengetahuan media promosi secara online
2. Kurangnya pengetahuan dalam membuat Vidio promosi di media social

Sehubungan dengan permasalahan mitra yang telah diuraikan di atas maka dibutuhkan solusi sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan peranan penting mengelolah media social untuk system pelayanan media promosi
2. Memberikan pelatiahn dalam membuat video untuk media promosi online.

METODE

Metode Pelaksanaan yang ditawarkan

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode ceramah, demonstrasi langsung dipraktikkan oleh peserta, serta tanya jawab. Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan pengetahuan tentang pembuatan media social dan video promosi produk serta pemasarannya. Demonstrasi digunakan untuk memberikan keterampilan bagaimana teknik membuat akun media social dan pembuatan video promosi produk. Kemudian dilanjutkan sesi tanya jawab yang digunakan untuk melengkapi hal - hal yang belum terakomodasi oleh kedua metode di atas

Pelaksanaan Kegiatan pelatihan

1. Tahap Persiapan Sebelum melakukan kegiatan pelatihan, pelaksana kegiatan melakukan konsultasi dengan anggota yang lain. Kemudian melakukan observasi terhadap sasaran dan melakukan koordinasi kepada pihak yang bersangkutan.
2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan platform bisnis digital akan dilaksanakan sebanyak dua sesi.
 - a. Pada sesi pertama Peserta akan diberikan materi seputar mengetahui apa saja alat yang dibutuhkan, dan tahap-tahap dalam membuat akun media social dan video promosi produk dan bagaimana memasarkan sehingga membantu menambah penghasilan. Penyampaian materi dilaksanakan tatap muka langsung terhadap peserta. Materi diberikan oleh ketua dan anggota pelaksana.
 - b. Pada sesi kedua, peserta akan diberikan praktek langsung yakni mempraktekkannya cara dan teknik membuat akun media social dan video promosi produk.

Pendampingan dan evaluasi Hasil

Selama kegiatan PKM, tim akan melakukan pendampingan terhadap mitra dalam bentuk praktek secara individu, ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pelatihan pengembangan yang berbasis digita bagi UMKM kelurahan sidomulyo barat, dilakukan dirumah RW Jl. Melur Komplek Melur Permai RT.25 Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Kegiatan ini dikhususkan untuk kelompok UMKM kelurahan sidomulyo barat. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan setelah beberapa hari dikoordinasi dengan pihak mitra. Tentang materi dan peserta pengabdian kepada masyarakat di wilayah jl. Melur Sidomulyo Barat yang menjadi target pelatihan, waktu

pelaksanaan PKM dan serta tempat yang layak bagaimana tentang dalam dokumen rencana kegiatan.

Pelaksanaan Pelatihan dilakukan pada tanggal 05 Mei 2024. Pada jam 13.30 sampai dengan 15.30. Acara pertama diawali dengan registrasi dan pembukaan. Selanjutnya, dilanjutkan dengan pemberian materi oleh Jeki algusri.SE.,MM dengan topik Pengembangan UMKM melalui Bisnis Digital. Materi ini membahas pentingnya aplikasi digital bagi UMKM. Pemberian materi kepada peserta ini dimaksud agar lebih mudah mengetahui dan memahami materi sehingga diharapkan dapat menjadi pedoman bagi peserta untuk mengajukan umpan balik pada kegiatan berlangsung.

Selanjutnya kegiatan ini ditunjukkan dengan pemberian pelatihan praktik pembuatan aplikasi media sosial dan pembuatan video promosi produk, Evaluasi pada tahap pertama sesuai dengan indikator dan rancangan evaluasi diperoleh data sebagai berikut:

1. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 17 orang
2. Keikutsertaan peserta terlihat sangat antusias dalam proses kegiatan sampai selesai
3. Kesukaan peserta 100% menyatakan suka dengan hasil kegiatan.

Penyampaian materi oleh tim PKM dilakukan dengan system diskusi dan praktek. Setelah seluruh materi disampaikan, dilanjutkan dengan dilakukan dengan diskusi terbuka dan evaluasi dengan para peserta. Untuk kelancaran dan kenyamanan dan ketertiban penyelenggaraan pelatihan maupun diskusi yang berlangsung, maka strategi yang dilakukan adalah dialog interaktif dan praktek setiap materi yang disampaikan.

Tahap pengamatan secara mendalam dan konferehensif (monitoring) dan evaluasi pelaksanaan kegiatan penyuluhan terhadap terhadap para peserta merupakan tolak ukur untuk mengetahui capaian atau terdapatnya peningkatan pengetahuan, pemahaman dan perilaku (kompetensi) peserta.

Kegiatan monitoring partisipasi peserta dilihat sejakdimulainya sosialisasi pelatihan sampai pada penutupan pelatihan. Dalam tahap ini, setiap materi yang disampaikan oleh tim PKM mendapat respon aktif dari seluruh peserta dengan perhatian yang optimal. Begitu pula pada alokasi waktu untuk diskusi, keaktifan para peserta yang dimonitoring yang dimana sebagianbesar peserta sangat aktif pengajuan pertanyaan bahkan berulang ulang sesuai masalah yang dihadapi dalam usahanya.

Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa pelatihan berbasis digital telah meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menghadapi tantangan di era digital. Mereka merasa lebih siap untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan memanfaatkan platform digital secara lebih efektif. Selain itu, peserta juga melaporkan peningkatan pemahaman mereka tentang strategi

promosi, pemasaran media sosial, pengoptimalan mesin pencari, dan penggunaan konten berkualitas.



Gambar 1.
Pelaksanaan kegiatan Pengabdian

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menyimpulkan bahwa pelatihan digital bisni berhasil meningkatkan daya saing para pelaku UMKM. Melalui pelatihan ini, UMKM telah memperoleh pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk atau jasanya. Dalam konteks UMKM, pelatihan bisnis digital memiliki implikasi yang signifikan. UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand visibility, dan

meningkatkan penjualan produk atau layanan melalui platform digital. Pelatihan ini membekali UMKM dengan perangkat yang diperlukan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan menghadapi persaingan di pasar digital. Kegiatan pengabdian masyarakat yang sejenis dirasa perlu dilakukan sebagai follow-up guna memberikan stimulus berkelanjutan, sekaligus menyadarkan pentingnya digitalisasi bagi masyarakat. Asumsinya, kegiatan pengabdian ini diharapkan tidak hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu yang pendek saja, melainkan berkesinambungan dan memiliki manfaat dalam jangka panjang bagi masyarakat. Kegiatan pendampingan praktik yang berbasis digital dalam memasarkan produk juga harus dilakukan agar masyarakat bisa memahami teknik secara lebih detail.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. A., & Wenas, R. S. (2022). Digital Marketing Melalui Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2).
- Asmawiyah, A., Kapriani, K., Basar, N. F., Nurjaya, N., Hariyanti, H., Aisyah, N., & Anggraeni, D. (2022). Sosialisasi Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Digitalisasi. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 5(9), 2993-3001
- Manullang, A. K., Puspa, T., & Wardini, A. K. (2020). Pengaruh Kompetensi Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil di Kabupaten Tapanuli Tengah. *Jurnal Makro Manajemen*, 5(2), 107–119
- Irianti, N. P., Susanti, R. D. A., Triswidrananta, O. D., & Wijaya, E. M. S. (2021). Peningkatan omset penjualan kelompok pengrajin keset melalui online marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(1), 52-60. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i1.4819>
- Mustika, M. (2019). Penerapan teknologi digital marketing untuk meningkatkan strategi pemasaran snack tiwul. *Jurnal Riset*, 2(2), 165-171. <https://doi.org/10.36085/jsai.v2i2.352>