



PELATIHAN OPTIMALISASI PELUANG DAN PENGEMBANGAN USAHA BAGI KOMUNITAS LADAZA BERBASIS DIGITAL

AUTHOR ¹⁾Afrida Sary Puspita, ²⁾Aniza Octoviani, ³⁾Filda Angellia, ⁴⁾Noerlina Anggraeni, ⁵⁾Aris Fatoni, ⁶⁾Ananda Ishmahrani

ABSTRAK

Mengoptimalkan peluang dan mengembangkan bisnis berbasis digital sangat penting di era digital saat ini. Pemerintah mendorong pengembangan UMKM di Indonesia karena mereka memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, berfungsi sebagai salah satu pilar utama penopang ekonomi. Salah satu tantangan yang dihadapi UMKM adalah banyaknya produk sejenis yang dijual di pasar, sehingga mereka perlu mengembangkan strategi untuk mempertahankan pelanggan. Transformasi digital tidak hanya memengaruhi cara kita berkomunikasi, tetapi juga cara kita menjalankan bisnis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan peluang dan mengembangkan bisnis dalam komunitas berbasis digital Ladaza.

Kata Kunci

Optimalisasi, Digital, Ladaza

AFILIASI

Prodi, Fakultas

^{1,2,5,6)} Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

³⁾ Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer

⁴⁾ Manajemen, Fakultas Ekonomi

Nama Institusi

¹⁻⁶⁾ Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, Jakarta Selatan

Alamat Institusi

^{1,2,3)} Jl. M. Kafi II No. 33, Jagakarsa, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

KORESPONDENSI

Author

Afrida Sary Puspita

Email

afridasary28@gmail.com

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia karena dapat menjadi alat bantu penopang perekonomian Indonesia sehingga pemerintah mendorong berkembangannya UMKM di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan kenyataan bahwa UMKM memberikan sumbangsih pada pembentukan dan atau pertumbuhan PDB di suatu negara. Sesuai dengan UUD 1945 yang dikuatkan dengan TAP MPR No. XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Berdasarkan UU Nomor 9 Tahun 1999 dan sebagai akibat dari kondisi perkembangan yang terus berubah maka digantikan ke UU Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Hanim, 2018):

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia
5. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia

Transaksi dalam e-commerce dapat berupa pembelian produk fisik, jasa, atau produk digital. Platform e-commerce memiliki manfaat dalam efisiensi waktu dan biaya, kemudahan akses, kenyamanan berbelanja, peluang bisnis yang luas, dan mendorong pertumbuhan UMKM. langsung oleh konsumen untuk membeli produk. Penggunaan data analitik membantu pemilik usaha memahami perilaku pelanggan dan membuat keputusan berbasis data. Salah satu strategi pengembangan usaha digital yaitu membangun kehadiran online dengan memiliki website yang responsive dan informatif.

Adapun tantangan dalam pengembangan usaha digital yaitu ancaman cyber dan masalah privasi data menjadi perhatian utama bagi bisnis yang beroperasi secara online. Dengan memahami dan memanfaatkan berbagai peluang yang ada, serta menerapkan strategi yang tepat, bisnis dapat mencapai keberhasilan yang lebih besar. Kunci dalam menghadapi tantangan di dunia digital adalah adaptasi dan inovasi.

Saat ini terdapat banyak UMKM yang tersebar di setiap negara, salah satunya LADAZA (Lapak Dagang Al Fazza). Anggota LADAZA terdiri dari orangtua (ibu) siswa-siswi sekolah Al Fazza yang memiliki usaha. Komunitas LADAZA berdiri sejak Mei 2023 dan saat



ini sudah memiliki anggota 54 seller. Permasalahan yang muncul dalam komunitas LADAZA terkait identitas LADAZA sehingga dapat menjadi tempat untuk berbagi informasi dan alat promosi berbasis digital komunitas tersebut, salah satunya dengan pembuatan website LADAZA.

Studi ini bertujuan untuk mengoptimalisasikan peluang dan pengembangan usaha bagi komunitas LADAZA berbasis digital. Berdasarkan hal tersebut, kami akan melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul memberikan pelatihan kepada komunitas Ladaza di Cimanggis, Depok. Dengan adanya pengetahuan mengenai bisnis berbasis digital tersebut diharapkan komunitas Ladaza saat ini dapat memanfaatkan bisnis berbasis digital dalam mengoptimalkan peluang dan pengembangan bisnisnya

METODE PELAKSANAAN

Materi yang disampaikan dalam kegiatan tersebut merupakan bentuk pelatihan kepada komunitas Ladaza mengenai mengoptimalkan peluang dan pengembangan bisnis berbasis digital. Terdapat tiga jenis kegiatan dalam proses tersebut, yaitu:

1. Langkah 1 (Metode Ceramah)
Peserta diberikan materi yang isinya menjelaskan tujuan dan manfaat dari bisnis berbasis digital secara ceramah. Kegiatan ini dilaksanakan sekitar 1 jam untuk memotivasi peserta dalam mengoptimalkan peluang dan pengembangan bisnis berbasis digital
2. Langkah 2 (Metode Tutorial)
Peserta diberikan pelatihan pembuatan website komunitas Ladaza
3. Langkah 3 (Metode Diskusi)
Peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan atau hal-hal yang menjadi kendala dalam pembuatan website Ladaza.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) pelaksanaannya di Cimanggis, Depok dengan Komunitas Ladaza di sekolah Al-Fazza yang berada di bawah naungan Yayasan Al Fazza. PkM dilakukan dengan sejumlah tahapan persiapan sebagai berikut:

1. Diskusi awal untuk mempersiapkan segala kebutuhan kegiatan Pengabdian
2. Kunjungan ke lokasi kegiatan Pengabdian
3. Penyusunan materi kegiatan Pengabdian
4. Persiapan sarana dan prasarana kegiatan Pengabdian
5. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian
6. Pembuatan laporan kegiatan pengabdian



Gambar 1. Foto Bersama Tim PkM dan Mahasiswa IBI Kosgoro 1957, serta Komunitas Ladaza

Materi yang disampaikan terkait strategi mengoptimalkan peluang digital dan digital marketing, serta beradaptasi di era digital. Peserta Pengabdian kepada Masyarakat dalam komunitas Ladaza terdiri dari berbagai macam UMKM. Respon peserta sangat baik, mereka mendapatkan teori dan pelatihan pembuatan website komunitasnya sehingga produk yang diperjualbelikan dapat lebih tersebar luas di daerah-daerah lain. Dengan penjualan yang semakin meluas maka konsumen mereka semakin banyak pula



DAFTAR HADIR PESERTA
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
"PELATIHAN OPTIMALISASI PELUANG DAN PENGEMBANGAN USAHA
BAGI KOMUNITAS LADAZA BERBASIS DIGITAL"
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KOSGORO 1957
CIMANGGIS, 18 JUNI 2025

NO	NAMA	NO TELPON	KET (Nama Usaha)	TTD
1	Murhayati	081284195072	Hantaran Manda	1.
2	Mitayani	0857 9197 7681		2.
3	Murhayati	0856 8566 766	Dapoer. Filomena	3.
4	Nuzulmah	089893110027	Warung Barokah	
5	Hari Andaryani	0815 11306277		5.
6	Andri Susanto	0812 2125586		6.
7	Dayanti	0878 8722 6733	Dayanti Craft	7.
8	Nadnya F. M	082114455838	Onad Recipe	8.
9	Fery Riandani. A	082111436895	Risky Elektrik	9.
10	Am Aminiati	0859 1413 8083	Umki	10.
11	Shinta Kurniasari	0821 226 00226	Yamgat Food	11.
12	Rani F.	0856 9342 2665	Setelah Frack	12.
13	Lia Agustina	085883408284	INATA-SNACK	13.
14	Larasati	081295103355		14.
15				15.

Tabel 1. Daftar Hadir Peserta PkM

PENUTUP

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berupa pembekalan pengetahuan dasar dan keterampilan dalam pemanfaatan teknologi digitalisasi yaitu website. Dalam kegiatan ini kami akan memaparkan terkait peluang dan pengembangan usaha berbasis digital.

Beberapa alasan yang melatarbelakangi kami melakukan program ini adalah kemajuan teknologi dan informasi begitu cepat sehingga di satu sisi berdampak negatif, seperti terdisrupsi banyak pekerjaan, di mana tenaga manusia tergantikan dengan tenaga mesin sehingga berdampak pada terciptanya banyak pengangguran. Di sisi lain

berdampak positif, yaitu terciptanya banyak peluang bisnis, sehingga kami berkeinginan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan terkait pemanfaatan teknologi. Solusi permasalahan dari kegiatan PkM ini akan terlihat setelah dilakukannya evaluasi kegiatan. Ada beberapa langkah lanjutan yang akan diambil dalam program ini, yaitu melihat kebutuhan-kebutuhan lanjutan apa yang diperlukan oleh komunitas Ladaza tersebut sehingga UMKM yang ada di komunitas Ladaza dapat berkembang dan kami dapat melaksanakan PkM lanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kami ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan, serta kelapangan berfikir sehingga kami dapat melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dengan judul "Pelatihan Optimalisasi Peluang dan Pengembangan Usaha Bagi Komunitas Ladaza Berbasis Digital". Terimakasih kami ucapkan kepada pihak-pihak yang telah terlibat dan membantu dalam pelaksanaan PkM ini. Atas kerjasama yang baik maka PkM ini dapat terlaksana sesuai harapan dan semoga dapat bermanfaat di kemudian harinya.

REFERENSI

- <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jaakfe/article/download/40670/75676585897/1000>
- <https://ejurnal.kpmunj.org/index.php/risenologi/article/view/111/87>
- Akbar, M.A., dan Alam, N.A. 2020. E-Commerce Teori Dalam Bisnis Digital. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Hanim, L. (2018). Noorman. UMKM & Bentuk-Bentuk Usaha. Semarang: Unnisula Press.
- Kotler, A., & Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing. Global Edition. England. Pearson Education Limited
- Kotler, P., Amstrong, G., & Opresnik, M. (2018). Principles of marketing (17 ed.). New York: Pearson International
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management (16eth ed.). Pearson Education©. [https://online](https://online....)
- Malau, H. (2020). the 4P'S Marketing Mix Variables: an Assessment of Concept, Applicability and Impact on Organizational Goal From West Java'S Business Organizations. Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis. <https://jurnal.unai.edu/index.php/jtimb/article/view/2305>
- Putri, Jefri .N, dkk (2021). Teori Perilaku Konsumen. Pekalongan: NEM
- Setiyaningrum, I. F., Walyoto, S., Suryati, S., & ... (2021). Sosialisasi Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Produk Pertanian Di Desa Purworejo, Sragen. Transformatif: Jurnal <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/transformatif/article/view/3909>
- Utami, Tini, dkk (2024). Bisnis Digital. Sonpedia: 2024
- Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) di "mas pack" terminal kemasan Pontianak. Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan

