



BIMBINGAN TEKNIS PENGEMBANGAN STRATEGI UMKM BERBASIS DIGITAL UNTUK MEMBANGUN MENTAL *TECHNOPRENEUR* DI DAERAH JAGAKARSA JAKARTA SELATAN

AUTHOR

¹⁾Filda Angellia, ²⁾Waskita Cahya, ³⁾Ghanistantiono Dwi H

ABSTRAK

Teknologi Informasi sekarang berkembang dengan pesat dan juga cepat untuk mendukung kualitas kerja seluruh bidang kegiatan. Implementasi teknologi adalah mempermudah serta meminimalisir waktu kerja antara lain *website*, media sosial, OA (*Office Automation*), dan teknologi lainnya. Teknologi komputerisasi mencakup *software* dan *hardware* yang melakukan tugas yang diinginkan *user*. Berbicara mengenai teknologi saat ini, dapat diungkapkan bahwa UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang merupakan khazanah ekonomi yang merujuk pada kegiatan ekonomi produktif adalah pengguna teknologi. Penggunaan teknologi yang mendukung kinerja dan pengembangan UMKM ini sangat erat dikaitkan dengan istilah *technopreneur*. Peningkatan kapasitas bisnis UMKM di wilayah Jagakarsa Jakarta Selatan dapat melalui penggunaan dan pemanfaatan *marketplace*. Metode kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sesuai dan dapat digunakan adalah bimbingan teknis sebagai strategi utama. Hasil yang dicapai adalah pengetahuan dan peningkatan kemampuan praktis target sasaran dalam menggunakan dan memanfaatkan *marketplace* untuk menunjang kegiatan pemasaran.

Kata Kunci

UMKM, Digital, *Technopreneur*, Bisnis, Teknologi

AFILIASI

Prodi, Fakultas
Nama Institusi
Alamat Institusi

¹⁾²⁾³⁾Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer
¹⁾²⁾³⁾Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957
¹⁾²⁾³⁾Jl. M. Kahfi II No. 33, Jagakarsa, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

KORESPONDENSI

Author
Email

Filda Angellia
fildaibik57@gmail.com

LICENSE



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

PENDAHULUAN

Teknologi Informasi sekarang berkembang dengan sangat pesat dan juga cepat untuk mendukung kualitas kerja seluruh bidang kegiatan. Implementasi teknologi adalah mempermudah serta meminimalisir waktu kerja antara lain *website*, media sosial, OA (*Office Automation*), dan teknologi lainnya. Teknologi komputerisasi mencakup perangkat lunak dan perangkat keras yang melakukan tugas yang diinginkan user. Berbicara mengenai teknologi saat ini, dapat diungkapkan bahwa UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang merupakan khazanah ekonomi yang merujuk pada kegiatan ekonomi produktif adalah pengguna teknologi. Penggunaan teknologi yang mendukung kinerja dan pengembangan UMKM ini sangat erat dikaitkan dengan istilah *technopreneur*. Berdasarkan pelaksanaan penelitian “Analisis Pengembangan Strategi UMKM Berbasis Digital Untuk Membangun Mental *Technopreneur*” yang telah dilakukan, untuk itu penulis mengusulkan program kegiatan pengabdian masyarakat tersebut. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan produktivitas bisnis pelaku bisnis UMKM di wilayah Jagakarsa Jakarta Selatan melalui penggunaan dan pemanfaatan *marketplace*. Metode yang digunakan adalah bimbingan teknis sebagai strategi utama. Hasil yang dicapai adalah pengetahuan dan peningkatan kemampuan praktis target sasaran dalam menggunakan dan memanfaatkan *marketplace* untuk menunjang kegiatan pemasaran.

Digital Marketing Channels



Gambar 1. Digital Marketing Channel

Kemajuan teknologi, baik teknologi komputer maupun telekomunikasi sangat mendukung berkembangnya teknologi internet⁴. Dalam Revolusi Industri 4.0, *Digital Marketing Channel* merupakan platform yang dapat menunjang proses bisnis dan interaksi bisnis baik pada bisnis kecil maupun menengah. Banyak *Digital Marketing channel platform* yang dapat kita pilih untuk diadaptasikan dengan bisnis yang dimiliki oleh setiap UMKM. Untuk memilih platform yang akan digunakan sangat diperlukan analisis dan pemahaman teknis tentang kekurangan dan kelebihan masing-masing platform dan juga disesuaikan dengan *trend*.

Era Digital dapat membawa perubahan yang signifikan di berbagai aspek kehidupan, Keberadaan internet dapat memberdayakan masyarakat dan menyadarkannya tentang tersedianya produk bisnis dengan kualitas baik dan harga relatif terjangkau. Internet sangat berdampak pada perkembangan *E-Commerce*.¹

Penggunaan internet pada transaksi bisnis telah dianggap sebagai hal penting, Hal



tersebut terlihat pada meningkatnya jumlah pengusaha pengguna e-commerce dalam perusahaan.²

Sistem niaga dengan basis e-commerce dapat dijadikan alternatif media promosi dan komunikasi serta informasi yang dapat memangkas rantai distribusi pemasaran.³

Beragam kemudahan proses belanja dan jenis produk serta jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat di Indonesia menjadikan *online shop* sebagai "tempat berbelanja"⁵

UMKM Daerah Jagakarsa Jakarta Selatan merupakan komunitas/kelompok bisnis kecil dan menengah yang menjalankan berbagai ragam bidang usaha dan usaha kreatif yang merupakan aspek potensi di wilayah Jagakarsa itu sendiri. Dimana wilayah ini merupakan satu wilayah yang cukup 'disibukkan' dengan beragam aktivitas jika di analisis secara kualitatif. Atas dasar analisis situasi tersebut terlihat bahwa wilayah Jagakarsa Jakarta Selatan cukup berpotensi untuk aktivitas bidang bisnis. Awalnya UMKM yang secara konvensional dapat beroperasi di wilayah ini sangat banyak dan cukup memiliki potensi, namun saat permulaan awal Tahun 2020 dimana Indonesia dan sebagian negara di dunia mengalami situasi Pandemi Covid-19, maka ikut terdampaklah seluruh aspek bisnis yang ada di Indonesia khususnya di wilayah Jagakarsa, Jakarta Selatan. Besarnya dampak Pandemi tersebut mengakibatkan hampir sebagian UMKM di wilayah ini khususnya tidak dapat "bertahan hidup". Sejak saat itu mulailah banyak dikembangkan solusi efektif untuk menghadapi masalah tersebut antara lain adalah melibatkan secara penuh dukungan teknologi dan internet dalam aspek bisnis dimana antara penjual dan pembeli dapat tetap berinteraksi meski tidak berinteraksi langsung. Kendala Jarak, waktu dan proses transaksi diharap tidak lagi terkendala dengan adanya berbagai dukungan teknologi digital.

Salah satu hambatan dari semakin berkembangnya dukungan Teknologi Informasi dan digitalisasi adalah kurangnya pengetahuan khlayak mengenai teknis penggunaan beberapa platform dan alat digital lainnya yang berbasis pada teknologi informasi dan internet.

Terkait pokok bahasan diatas dan untuk mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu PKM (pengabdian kepada masyarakat) prodi Sistem Informasi yang diwakilkan oleh kami selaku tim dosen berupaya untuk mewujudkan suatu kegiatan berupa bimbingan teknis penggunaan platform digital dan berbagai IPTEK secara teori dan praktis.

METODE PELAKSANAAN

A. Tahapan Kegiatan

Sebagai solusi masalah yang ada, maka metode atau tahapan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Analisis Situasi dan Survei
Tahap ini adalah tahap awal sebelum kegiatan PKM dilaksanakan. Pada tahap ini dilaksanakan proses survei dan melakukan analisis terkait situasi yang ada.
- 2) Penentuan Masalah prioritas
Berdasar pada observasi dan proses diskusi antara tim PKM dengan mitra ditentukan masalah prioritas sehingga di tahap ini masalah utama sudah ditentukan untuk dapat diselesaikan.
- 3) Solusi Yang diusulkan
Tahap ini merupakan proses menentukan solusi yang diusulkan oleh tim pelaksana PKM kepada mitra dan disetujui oleh mitra.
- 4) Luaran (*Outcome*)
Berdasarkan solusi yang telah dipilih, luaran yang diharapkan adalah bertambahnya pengetahuan pelaku bisnis UMKM terkait bisnis dan dukungan teknologi terhadap bisnis untuk meningkatkan produktivitas bisnisnya



B. Langkah Kegiatan

Metode yang diusulkan sebagai solusi dari permasalahan tersebut yaitu berupa pelatihan. Bimbingan dan pelatihan Era Industrial 4.0 Kepada para pelaku UMKM Wilayah Jagakarsa meliputi kegiatan pokok membahas materi antara lain:

Bagian 1. Pengenalan *Brand Positioning*

- 1) Menjelaskan *Brand Postioning*
- 2) Menjelaskan tipe tipe *Brand positioning*

Bagian 2. Pengenalan teknis penggunaan Instagram reel, Tik Tok dan Vlog untuk bisnis

- 1) Memahami penggunaan fasilitas /platform digital untuk bisnis
- 2) Mengembangkan *website*

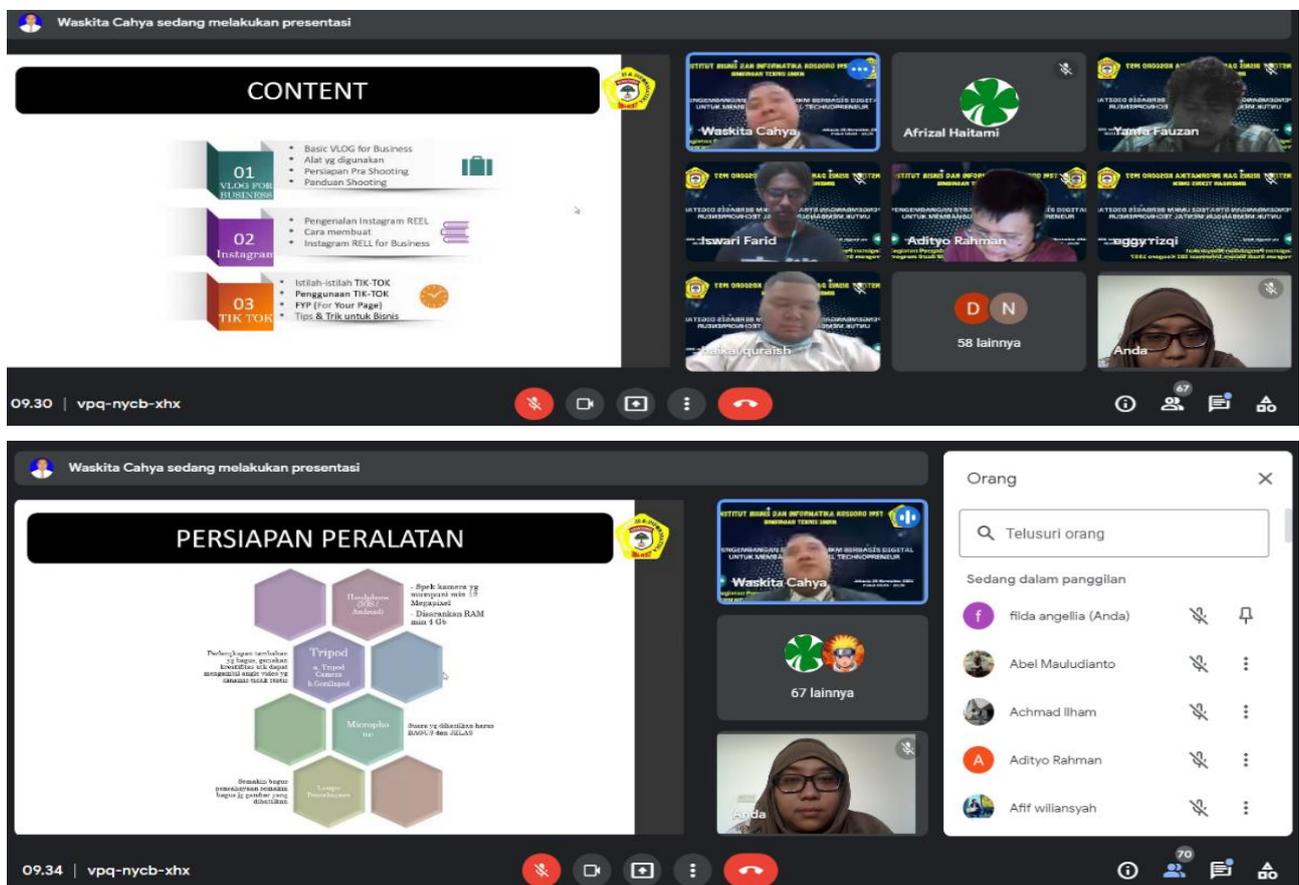
C. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pelatihan ini dan Pengenalan Teknologi Komputer Era Industrial 4.0 Kepada para pelaku UMKM Wilayah Jagakarsa khususnya ini akan dilaksanakan mengikuti jadwal kegiatan di bawah ini:

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No.	Keterangan	2021		
		Oktober	November	Desember
1	Observasi Awal	√		
2	Perencanaan Kegiatan PKM	√		
3	Pembagian Tim PKM	√		
4	Koordinasi Dengan Mitra	√		
5	Rapat Penyusunan Proposal		√	
6	Pelaksanaan PKM		√	
7	Evaluasi dan Penyusunan Laporan Akhir			√

Berikut ini adalah cuplikan pelaksanaan Bimbingan Teknis Secara Online:



Gambar 2. Pelaksanaan Bimtek Online

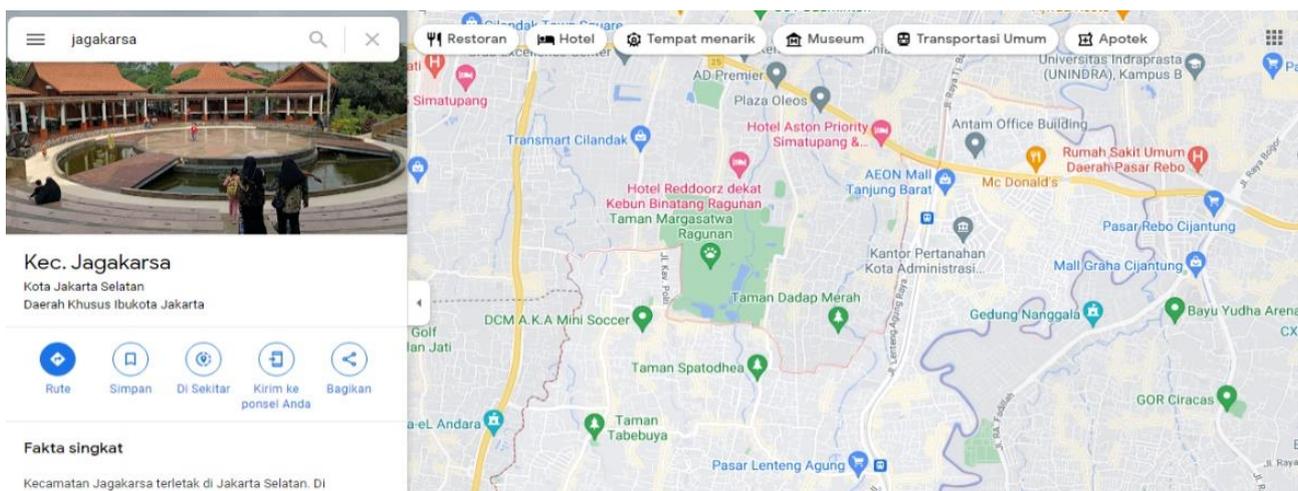




Gambar 3. Poster Bimtek

D. Lokasi Kegiatan

Cakupan wilayah sebaran UMKM Wilayah Jagakarsa, Jakarta Selatan sebagai Sasaran Objek PKM.



Gambar 4. Peta Lokasi Jagakarsa, Jakarta Selatan

Sedangkan jarak cakupan lokasi sasaran target PKM dari Kampus IBI Kosgoro 1957 adalah range 4-6 KM. Sehubungan dengan situasi pandemi saat ini yang disebabkan oleh virus COVID 19 dan masih diberlakukannya PPKM di wilayah DKI Jakarta dan mewajibkan adanya protokol kesehatan. Maka untuk PKM kali ini diadakan secara virtual atau online.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan dilaksanakan sesuai dengan waktu yang ditentukan Hasil dari kegiatan ini ditinjau dari segi kebermanfaatannya adalah sebagai berikut:

❖ Hasil Ditinjau Dari Pencapaian Tujuan

Hasil yang didapat dari kegiatan PKM ini sesuai dengan pencapaian tujuan dimana tujuannya adalah:

- 1) Membangun *capacity building* dan *cahracter building* bisnis digital para UMKM agar mampu adaptif terhadap segala perubahan konten teknologi.
- 2) Membangun kemampuan pelaku UMKM untuk ketrampilan teknis secara praktis dalam pemanfaatan teknologi *marketplace*.
- 3) Membangun kemampuan bisnis inovatif, kreatif dan solutif dalam mengantisipasi segala tantangan dan tuntutan dunia digital dalam kehidupan sehari-hari.

PENUTUP

Dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini berdampak positif pada:

- 1) Bagi para UMKM terbukanya wawasan dan gagasan dalam penggunaan serta pemanfaatan *marketplace* secara lebih inovatif dan kreatif.
- 2) Bagi para UMKM khususnya di wilayah Jagakarsa Jakarta selatan, dapat membuka wawasan bisnis, utamanya dalam melihat perkembangan kebutuhan konsumen, permasalahan konsumen ataupun solusi konsumen, sehingga terbentuk jaringan bisnis yang saling berkolaborasi.

REFERENSI

- Sudirman, A. (Acai), Alaydrus, S. (Syafika), Rosmayati, S. (Siti), Syamsuriansyah, S. (Syamsuriansyah), Nugroho, L. (Lucky), Arifudin, O. (Opan), ... Rijal, K. (Khairul). (2020). Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital. Widina Bhakti Persada Bandung. Retrieved from www.penerbitwidina.com/Indonesia, A. (Asosiasi P. I. (2016). *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*.
- Triton PB. 2006. Mengenal Dunia E-Commerce dan Bisnis di Dunia Cyber. Yogyakarta: Argo Publisher
- Apriyadi, Deni dkk. 2017. E-Commerce Berbasis Marketplace dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. Jurnal RESTI Vol. 1 No. 2 ISSN: 2580- 0760
- Irmawati, Dewi. 2011. Pemanfaatan E-Commerce dalam Dunia Bisnis. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis (Politeknik Negeri Sriwijaya). Edisi ke IV ISSN: 2085-1375.
- Sukwadi, Ronald dkk. 2016. Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Online Shop Instagram. Jurnal Metris (Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya). ISSN: 1411-3287 Taryadi dkk. 2015. Analisis Tingkat Kesiapan Adopsi E-Marketpalce UMKM Batik di Kota Pekalongan. Jurnal Litbang Vol. 8.

