



website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH>

Jurnal Abdi Masyarakat

Jurnal Abdi Masyarakat **Humanis**

ISSN (print) : 2686-5858 & ISSN (online) : 2686-1712

Vol. 2 • No. 2 • April 2021

Page (Hal.) : 114 – 124

ISSN (online) : 2686-5858

ISSN (print) : 2686-1712

© LPPM Universitas Pamulang

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : humanis.unpam@gmail.com

Penyuluhan Kewirausahaan dan Bimbingan Teknis Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM

Entrepreneurship Counseling and Digital Marketing Technical Guidance As Efforts To Increase Sales of Micro, Small and Medium Enterprises

Leni Suhartati¹; Sonia Zulfa Deshi Danuz²; Ganes Farhan Ahmad Sasmita³; Ina Nurjanah⁴; Julia Herniwati⁵.

¹⁻⁵ Universitas Pamulang, Email : leni.suhartati23@gmail.com; zulfa.sonia@gmail.com; ganesfarhan@gmail.com; inanurjanah43@gmail.com; julia@uinjkt.ac.id

Abstrak. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan minat, motivasi, dan keterampilan berwirausaha kepada masyarakat usia produktif yaitu usia 19 tahun – 30 tahun dengan memberikan pelatihan dan pengetahuan secara praktis ilmu manajemen dalam pengembangan usaha rumahan dan ilmu pemasaran dengan memanfaatkan media daring yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Pengabdian ini dilakukan di Kampung Cicentang (Jln.PDAM), RT.004. RW.001, Rawa Buntu.Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah metode survey dan pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan dua tahap, yaitu tahap pertama pemberian materi secara langsung serta simulasi dan diskusi mengenai manajemen, pemasaran produk berupa digital marketing dan tahap kedua mengadakan workshop pembuatan produk oleh rekan kami di kelompok lain yaitu pelatihan membuat Crepes. Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa akan dilakukan pendampingan dalam manajemen dalam hal kewirausahaan dan digital marketing dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat UMKM.

Keywords: Kewirausahaan; Digital Marketing; Manajemen; UMKM; Kesejahteraan Masyarakat

Abstract. This service aims to increase interest, motivation, and entrepreneurial skills to people of productive age, namely the ages of 19 - 30 years by providing practical training and knowledge of management science in home business development and marketing science by utilizing online media which will have an impact. on the welfare of society. This service was carried out in Cicentang Village (Jln.PDAM), RT. 004. RW. 001, Rawa Buntu. Serpong, South Tangerang City. The method used is the survey method and the implementation of the activity is carried out in two stages, namely the first stage is providing direct material as well as simulations and discussions about management, product marketing in the form of digital marketing and the second stage holding a product-making workshop by our colleagues in other groups, namely training on making Crepes . The conclusion of this community service is that there will be assistance in management in terms of entrepreneurship and digital marketing in an effort to realize the welfare of the MSME community.

Keywords: Entrepreneurship; Digital Marketing; Management; MSMEs; Public Welfare



PENDAHULUAN

Meningkatnya ekonomi nasional merupakan point yang seharusnya diupayakan masyarakat di dalam suatu negara. Peningkatan perekonomian nasional berdampak pada kenaikan taraf hidup dan keadaan masyarakat yang meningkat juga. Peningkatan ekonomi dapat tercapai apabila pemerintah bersama masyarakat Kat mempunyai peran aktif dalam melakukan upaya-upaya efektif untuk mempercepat tumbuhnya nya ekonomi di Indonesia adalah dengan anemarie kan kualitas diri individu masing-masing. Indonesia adalah negate berkembang sehingga sumber daya manusia (SDM) yang mempunyai kualitas adalah aset yang sangat dibutuhkan dalam upaya peningkatan perekonomian nasional.

Terdapat langkah-langkah dalam meningkatkan kualitas diri dan pengembangan potensi si antara lain dengan mengasah keterampilan pengembangan fashion serta mempelajari keahlian-keahlian baru yang yang mendukung di di era industri yang sedang berjalan. Perekonomian nasional negara dapat mengalami peningkatan apabila aktivitas produksi yang dilakukan negara tersebut juga meningkat artinya, masyarakat perlu mengembangkan usaha-usaha yang dimilikinya..

Percepatan tingkat perkembangan ekonomi nasional dapat dilakukan dengan menciptakan inovasi inovasi usaha *start-up* ataupun Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM).Masyarakat mempunyai andil dalam pengembangan usaha usaha kreatif dan inovatif yang disesuaikan dengan minat konsumen di Indonesia.

Merujuk pada artikel yang ditulis pada website Dinas Koperasi Dan UMKM Kulon Progo bahwa salah satu tujuan utama dari **digital marketing** adalah terjangkaunya target customer yang lebih efektif dan efisien melalui media **digital**.

Dengan begitu, **digital marketing** diharapkan dapat merangkul konsumen secara lebih cepat, tepat dan luas. Dalam upaya peningkatan sumber daya manusia yang dapat menyesuaikan terhadap pergerakan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kemampuan serta kesadaran mengenal pentingnya pemasaran digital bagi UMKM Lokal.

Sumber = Website Dinas Koperasi Dan UMKM Kulon Progo

Menurut American Marketing Association (AMA) didalam buku Philip Kotler dan Kevin Lane Keller definisi Pemasaran merupakan keberfungsian dan rangkaian proses suatu organisasi dalam penciptaan, pengkomunikasian, dan pemberian nilai terhadap konsumen serta pengelolaan hubungan kepada konsumen dengan cara menggunungkan organisasi dan oknum yang berkepentingan.

Menurut Kleindl dan Burrow, *Digital Marketing* memanfaatkan berkembangnya dunia digital dalam melakukan iklan di mana iklan tersebut tidak dilakukan secara langsung namun iklan tersebut memiliki dampak yang dapat mempengaruhi masyarakat

Arti dari kewirausahaan cukup luas dikarenakan kewirausahaan melibatkan orang-orang yang mempunyai kemampuan dalam menangkap peluang usaha yang kemudian menjadikan peluang tersebut sebagai lahan bisnis dengan menggunakan waktunya dalam menciptakan dan mengoptimalkan peluang bisnis tersebut. (Alfianto, 2012)

Penjualan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan agar bisnis yang bentuk berkembang dan mendapatkan keuntungan sesuai yang direncanakan. (Nafarin, 2009)

Inovasi merupakan sebuah proses yang dilakukan suatu organisasi dalam penciptaan dan penentuan permasalahan yang selanjutnya secara aktif akan dikembangkan menjadi pengetahuan pengetahuan baru sebagai usaha menyelesaikan masalah yang sedang terjadi (Sumual, 2013)

Sesuai dengan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) :

Pengertian UMKM
Usaha kecil merupakan usaha yang dimiliki oleh perseorangan ataupun badan usaha yang terlepas dari perusahaan dan bukan merupakan cabang dari perusahaan, Di mana pemilik usaha tersebut mempunyai hak untuk memiliki menguasai langsung ataupun tidak langsung sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Usaha ekonomi produktif yang didirikan sendiri ataupun badan usaha dan bukan merupakan cabang dari perusahaan sehingga pemilik usaha tersebut mempunyai hak untuk memiliki menguasai dan menjadi bagian usaha tersebut secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil maupun usaha besar yang mempunyai jumlah kekayaan bersih sesuai dengan peraturan undang-undang.
Kriteria UMKM =

1. Usaha Mikro: (Aset Max 50 Juta), (Omset Max 300 Juta).

2 Usaha Kecil : (Aset > 50 Juta - 500 Juta), (Omset > 300 Juta - 2,5 Miliar).

3 Usaha Menengah : (Aset > 500 Juta - 10 Miliar), (Omset > 2,5 Miliar - 50 Miliar).

Sumber : depkop.go.id

Namun kondisi perekonomian saat ini di Indonesia dan di sejumlah negara-negara di Dunia mengalami perubahan sejak pandemi Covid-19 yang sudah terjadi 1 tahun lebih sejak Maret 2019.

Berdasarkan berita dari website Kompas, Selama Pandemi Covid-19 yang terjadi 1 tahun ini Jumlah pengangguran sebanyak 10 juta orang dan tingkat kemiskinan menembus 10%.

Sumber = Webiste Kompas

Kebijakan Pemerintah untuk membatasi kerumunan dan meminta masyarakat untuk tetap di rumah, membuat sejumlah kegiatan ekonomi hampir berhenti total. Di sejumlah perusahaan atau tempat usaha mengikuti kebijakan pemerintah dengan hanya memperbolehkan karyawan bekerja di kantor sejumlah 50% saja dan daya beli masyarakat yang menurun membuat sejumlah perusahaan atau tempat usaha melakukan PHK. Pembatasan kegiatan masyarakat di luar rumah pun berimbas pada sejumlah kegiatan ekonomi seperti pada restoran, pusat perbelanjaan, dan tempat wisata.

Kejadian kasus Covid-19 di sejumlah wilayah di Indonesia mengalami lonjakan kasus. Untuk wilayah Jakarta, Merujuk pada berita pada situs online Sindonews Pada Hari Kamis, 17 Juni 2021, Kapolda Metrojaya Irjen Pol Fadil Imran menyatakan keadaan Jakarta berada dalam keadaan buruk. Hal tersebut disampaikan oleh beliau karena adanya peningkatan pasien Covid-19 di beberapa rumah sakit rujukan di Jakarta.
Sumber = Sindonews

Berdasarkan berita pada situs online Tribunnews, Pada hari Kamis , 17 Juni 2021 bahwa per tanggal 16 Juni 2021 bahwa Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan menyatakan situasi Jakarta memasuki tahap genting penyebaran Covid-19. Dinformasikan bahwa selain Wisma Atlet , sejumlah rumah sakit di Jakarta kewalahan akan bertambahnya pasien Covid-19.
Sumber :Tribunnews

Berdasarkan berita pada situs online CNN Indonesia, Pada Hari Senin, 14 Juni 2021. Gubernur Jakarta, Anies Baswedan mengatakan Jakarta menghadapi gelombang baru lonjakan kasus Covid-19 setelah libur lebaran. Lonjakan kasus tersebut dilihat pada akhir-akhir ini tidak hanya terjadi di Jakarta tapi juga terjadi di berbagai wilayah di Indonesia.
Sumber = CNN Indonesia



Kegiatan ekonomi merupakan sektor yang terdampak covid-19, akan tetapi mempunyai dampak juga pada dunia Pendidikan. Rencana untuk Belajar Tatap Muka di Sekolah pun dihentikan karena terjadi lonjakan kasus Covid-19 di sejumlah wilayah di Jakarta.

Berdasarkan berita pada situs online Detik Health pada Hari Kamis, 17 Juni 2021. Pemerintah Propinsi DKI Jakarta yang sebelumnya telah melakukan uji coba tatap muka secara bertahap, namun karena kondisi pandemi Covid-19 memburuk, Pemerintah Propinsi DKI Jakarta memutuskan untuk menghentikan sekolah tatap muka.

Sumber = Detik Health

Selain Jakarta yang saat ini kondisinya genting, Kota lain pun seperti Bandung kondisi kasus Covid-19 siaga satu. Hal tersebut tertulis pada situs online Detik News pada, Selasa 15 Juni 2021. Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil mengatakan Bandung Siaga Satu dengan tingkat keterisian Rumah Sakit 84.19%. Kang Emil pun melarang sementara wisatawan untuk datang ke Bandung, karena sejumlah daerah pariwisata yang berada di Kabupaten Bandung Barat dan Kabupaten Bandung berada di Zona Merah

Sumber = DetikNews

Berdasarkan berita yang ditulis pada situs online Liputan 6 pada hari Kamis, 17 Juni 2021, tertulis dalam Perwal 61/2021 pemberlakuan pembatasan pembatasan kegiatan masyarakat sejak 16 Juni 2021. Salah satu aturan dalam perwal tersebut adalah waktu operasional pusat perbelanjaan, mall dimulai pukul 10.00WIB dan tutup pukul 19.00WIB

Melihat kondisi yang terjadi akhir-akhir ini karena pandemi Covid-19 yang berdampak hampir di setiap sektor kehidupan, maka pengabdian dilakukan dengan melaksanakan protokol Kesehatan dengan melakukan pengecekan suhu sebelum memasuki lokasi pengabdian,

mengecek apakah terdapat masyarakat yang lalai untuk memakai masker. Apabila ada masyarakat yang tidak menggunakan masker, kami pun memberikan masker medis untuk mereka. Kami juga menyediakan hand sanitizer di lokasi pkm.

Pada hasil observasi yang telah kami lakukan sebelum pelaksanaan PKM pada tanggal 11 April 2021, observasi dilakukan kepada salah seorang narasumber kami yang juga merupakan warga setempat yaitu, Ibu Maida. Didapat informasi antara lain =

1. Jumlah keluarga Kampung Cigentang RT.004.RW.001 berjumlah 158KK atau 368 orang (belum termasuk anak-anak).
2. Pekerjaan warga dikampung cigentang untuk perempuan bekerja sebagai buruh harian (ART) di perumahan sekitar, sedangkan untuk laki-laki menjadi driver ojek online, ada juga yang menjadi buruh kasar dipasar tanah abang. Dan untuk usia-usia produktif yang sudah lulus sekolah kebanyakan dari mereka tidak bekerja.
3. Pendidikan warga kampung cigentang rata-rata lulusan SD sampai SMP, meski beberapa ada yang sampai SMA.
4. Masyarakat kampung cigentang kebanyakan adalah penduduk asli dan ada beberapa pendatang
5. Warga Cigentang juga banyak yang berwirausaha seperti berjualan gorengan, lontong, dll.

Permasalahan yang dihadapi oleh warga saat ini ditengah Pandemi Covid 19 banyak warga yang menganggur, ada beberapa yang berdagang namun mereka bingung dan tidak tau bagaimana cara memasarkannya dan juga kurangnya koneksi dari luar kampung cigentang.

Permasalahan lain seperti tingginya kebutuhan akan makanan, pakaian, listrik dan lain-lain dipenuhi dengan pekerjaan yang tidak tetap dengan penghasilan yang kurang untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Dengan demikian kebutuhan



yang terjadi setiap bulannya tidak bisa terpenuhi dengan seimbang.

Kecakapan hidup sangat dibutuhkan dalam sebuah keluarga terutama di masa pandemi Covid-19. Kecakapan hidup berupaketerampilan kewirausahaan yang dapat terbentuk apabila individu mempunyai kecakapan hidup, hal tersebut dapat mendukung pembentukan jiwa kewirausahaan anak-anak Panti Asuhan yang berfungsi untuk peningkatan kemandirian hidup dan menjadikan panti asuhan tempat tinggal merela lebih ringan dalam bidang ekonomi Jiwa kemandirian yang masih lemah dialami di Masyarakat Masyarakat KP.CICENTANG (JLN.PDAM), RT.004. RW.001, KEL.RAWABUNTU. KEC.SERPONG, KOTA TANGERANG SELATAN.

Sebagai masyarakat dengan usia produktif yaitu usia 19 tahun – 30 tahun memiliki potensi yang dapat dikembangkan dengan baik akan tetapi mereka memiliki wawasan mengenai kewirausahaan yang mengakibatkan mereka tidak dapat mengembangkan usahanya semaksimal mungkin titik program yang dilakukan oleh penulis mempunyai tujuan dalam perwujudan kewirausahaan Pemuda Mandiri yang bisa membantu penciptaan peluang usaha untuk masyarakat. Masyarakat KP.CICENTANG (JLN.PDAM), RT.004. RW.001, KEL.RAWABUNTU. KEC.SERPONG, KOTA TANGERANG SELATAN khususnya pada masyarakat usia produktif (19 tahun – 30 tahun). Hasil yang dicapai pada program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yaitu membuat usaha rumahan dibidang kuliner dengan memproduksi cemilan sehat yaitu Crepes. Crepes kini makin banyak digemari oleh pecinta kuliner terutama dari kalangan anak-anak muda. Biasanya crepes menjadi jajanan yang paling banyak disukai karena kekinian dan rasanya yang enak. Crepes ini menjadi trending dikarenakan banyak dikonsumsi oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan perut dan juga dijadikan konten di media sosial. Tampilan crepes yang menarik menjadi potensi

pemasaran digital dikarenakan sasaran utama produk crepes adalah kalangan remaja yang sebagian besar mereka menggunakan sosial media. Produksi kreatif crepes dengan pemasaran memanfaatkan media daring (dalam jaringan), dapat meningkatkan keterampilan SDM Masyarakat KP.CICENTANG (JLN.PDAM), RT.004. RW.001, KEL.RAWABUNTU. KEC.SERPONG, KOTA TANGERANG SELATAN supaya mampu memiliki ketrampilan dalam produksi, memiliki penguasaan strategi pemasaran secara efektif dan memiliki penguasaan mengenai manajerial bisnis. Dengan permasalahan yang sudah dipaparkan di atas, Masyarakat Masyarakat KP.CICENTANG (JLN.PDAM), RT.004. RW.001, KEL.RAWABUNTU. KEC.SERPONG, KOTA TANGERANG SELATAN khususnya masyarakat usia produktif perlu untuk mencari sumber penghasilan untuk membantu pemasukan rumah tangga mereka dalam hal pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari di masa pandemi Covid-19. Pelatihan kewirausahaan bisa dijadikan kegiatan positif bagi masyarakat usia produktif agar dapat menambah pemasukan keluarganya dan memperbaiki perekonomian keluarga. Bidang usaha yang paling memungkinkan yang dapat dilakukan masyarakat usia produktif (19 thn – 30 tahun) merupakan usaha yang hanya butuh modal kecil (capital intensive) melainkan lebih membutuhkan jumlah tenaga kerja manusia yang cukup (labour intensive) dan kreativitas seperti di bidang ekonomi kreatif.

Industri makanan di Indonesia mengalami perkembangan hal tersebut disampingku Direktur Riset dan Pengembangan Berkraf. Dr. Ir. Wawan Rusiawan, M.M menyatakan bahwa perindustrian makanan bidang kuliner mempunyai kontribusi cukup besar pada PDB perekonomian kreatif. Sektor kuliner menyumbangkan 41% kepada pendapatan pariwisata dan ekonomi kreatif pada tahun 2107. Hal tersebut menjadikan kuliner kontributor utama atau paling besar terhadap



PDB ekonomi kreatif negara sebesar Rp.410 Triliun.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Apakah jenis usaha rumahan dibidang kuliner berupa Crepes dapat meningkatkan minat, motivasi dan keterampilan dalam dunia kewirausahaan di Masyarakat Masyarakat KP.CICENTANG (JLN.PDAM), RT.004. RW.001, KEL.RAWABUNTU. KEC.SERPONG, KOTA TANGERANG SELATAN.?
2. Apakah pengembangan pemasaran dapat digunakan dengan memanfaatkan melalui media sosial atau media dalam jaringan untuk usaha rumahan kewirausahaan di Masyarakat Masyarakat KP.CICENTANG (JLN.PDAM), RT.004. RW.001, KEL.RAWABUNTU. KEC.SERPONG, KOTA TANGERANG SELATAN secara finansial mempunyai kelayakan untuk dikembangkan apabila dilihat dari segi laba yang diterima, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen serta aspek ekonomi?
3. Apakah dengan pelatihan dan pendampingan ilmu manajemen dari produksi salad buah serta pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dalam jaringan di Masyarakat Masyarakat KP.CICENTANG (JLN.PDAM), RT.004. RW.001, KEL.RAWABUNTU. KEC.SERPONG, KOTA TANGERANG SELATAN berdampak untuk meningkat ekonomi kreatif dan menjadi alternatif sumber penghasilan keluarga dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari di masa pandemi Covid-19?

Tujuan pengabdian yang dilakukan ini adalah:

1. Meningkatkan minat, motivasi dan keterampilan dalam dunia

2. Untuk pengembangan pemasaran dengan memanfaatkan melalui media sosial atau media dalam jaringan dalam usaha rumahan kewirausahaan di Masyarakat KP.CICENTANG (JLN.PDAM), RT.004. RW.001, KEL.RAWABUNTU. KEC.SERPONG, KOTA TANGERANG SELATAN khususnya untuk masyarakat usia produktif (19 tahun – 30 tahun).
3. Untuk melatih dan memberikan pengetahuan secara praktis ilmu manajemen dalam pengembangan usaha rumahan dan ilmu pemasaran dengan memanfaatkan media daring (dalam jaringan) yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat dan menjadikan alternatif sumber penghasilan tambahan di Masyarakat KP.CICENTANG (JLN.PDAM), RT.004. RW.001, KEL.RAWABUNTU. KEC.SERPONG, KOTA TANGERANG SELATAN khususnya untuk masyarakat usia produktif (19 tahun – 30 tahun).

METODOLOGI PELAKSANAAN

Metode yang dipilih penulis dalam melaksanakan pengabdian adalah metode survey secara langsung ke obyek penelitian dan melaksanakan pengabdian berupa penyuluhan dan pelatihan di obyek penelitian.

Pada saat survey kami melakukan wawancara dengan salah seorang warga untuk mencari tahu profil warga, kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh warga saat ini.

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari hasil survey dan melihat permasalahan yang terjadi, maka peneliti Langkah-langkah yang diperlukan untuk dapat mencapai sasaran dan tujuan kegiatan kepada masyarakat.



Obyek penelitian dilakukan di Kampung Cigentang (Jln.PDAM), RT.004. RW.001, Kel.Rawa Buntu. Kec.Serpong, Kota Tangerang Selatan. Penelitian dilakukan pada Hari Ahad 30 Mei 2021,pukul 09.00 WIB – 12.00WIB.

Kampung Cigentang RT 004.RW.006 memiliki jumlah populasi 158KK atau 368 orang (belum termasuk anak-anak) dan jumlah sample 25 orang. Variabel penelitian yang kami lakukan yaitu = Kewirausahaan, Digital Marketing dan Peningkatan Penjualan.

Program pengabdian yang kami lakukan antara lain =

1. Penyuluhan berupa penyampaian materi Ilmu manajemen yang berkaitan dengan Kewirausahaan, Pemasaran Digitalisasi (Digital Marketing), Peningkatan Penjualan.
2. Pelatihan membuat crepes
3. Tanya Jawab
4. Diskusi
5. Menyebarkan kuesioner kepada warga yang menjadi obyek penelitian sebanyak 25 orang untuk mendapatkan informasi terkait data karakteristik warga, dan respon warga terkait kegiatan pengabdian.
6. Pembagian sembako

Dalam pelaksanaan pengabdian ini, terbagi ke dalam tiga bidang, yaitu bidang Motivasi Kewirausahaan, Pengembangan Ilmu Pemasaran khususnya Digital Marketing dan Pelatihan membuat crepes yang dilakukan oleh rekan kami dari kelompok lain. Pembagian bidang dilakukan dengan melakukan penyesuaian masalah dan kondisi yang ada di lapangan tepatnya di tempat Masyarakat Kampung Cigentang (Jln. PDAM), RT.004. RW.001, Kel. Rawa Buntu. Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan khususnya untuk masyarakat usia produktif (19 tahun – 30 tahun). Penyuluhan di dua bidang ilmu Manajemen yaitu Kewirausahaan dan Pemasaran khususnya digital marketing diharapkan setiap warga

mendapatkan wawasan dan pemahaman yang lebih luas agar dapat meningkatkan penjualan akan suatu produk yang akan dijual. Dan dengan ditambah satu bidang lagi yaitu praktek langsung membuat crepes diharapkan setiap warga dapat meningkatkan keterampilan dalam membuat suatu produk UMKM.

HASIL DAN DISKUSI

Persiapan PKM

Sebelum melakukan pengabdian kami melakukan survey ke beberapa lokasi untuk dijadikan tempat Pengabdian Kepada Masyarakat.

Kemudian kami mengajukan proposal pengabdian kepada Dosen kami yang bertanggung jawab untuk menangani PKM.

Penyuluhan Kewirausahaan Dan Bimbingan Teknis Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM

Pada masa pandemi Covid-19 yang terjadi sudah hampir satu tahun lebih, banyak masyarakat yang mengalami dampaknya. Dampak yang paling dirasa adalah pemutusan hubungan kerja sepihak yang menyebabkan masyarakat kehilangan pekerjaan. Selain itu sulitnya mencari lapangan pekerjaan dan sulitnya memulai usaha membuat penulis melakukan penelitian di Kampung Cigentang.

Pada hasil observasi kami pada tanggal 11 April 2021,dan observasi kami lakukan sebelum pelaksanaan PKM dan observasi dilakukan kepada salah seorang narasumber kami yang juga merupakan warga setempat yaitu, Ibu Maida. Didapat informasi antara lain =

1. Jumlah keluarga Kampung Cigentang RT.004.RW.001 berjumlah 158KK atau 368 orang (belum termasuk anak-anak).
2. Pekerjaan warga dikampung cigentang untuk perempuan bekerja sebagai buruh harian (ART) di perumahan sekitar, sedangkan untuk laki-laki menjadi driver ojek online, ada juga yang menjadi buruh kasar dipasar tanah abang. Dan untuk usia-usia produktif yang sudah



- lulus sekolah kebanyakan dari mereka tidak bekerja.
3. Pendidikan warga kampung cicontang rata-rata lulusan SD sampai SMP, meski beberapa ada yang sampai SMA.
 4. Masyarakat kampung cicontang kebanyakan adalah penduduk asli dan ada beberapa pendatang
 5. Warga Cicontang juga banyak yang berwirausaha seperti berjualan gorengan, lontong, dll.

Permasalahan yang dihadapi oleh warga saat ini ditengah Pandemi Covid 19 banyak warga yang menganggur, ada beberapa yang berdagang namun mereka bingung dan tidak tau bagaimana cara memasarkannya dan juga kurangnya koneksi dari luar kampung Cicontang.

Melihat permasalahan yang terjadi pada masyarakat, penulis melakukan metode pelaksanaan dengan memberikan Penyuluhan dan Pelatihan yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu dengan adanya kebijakan pemerintah dalam membatasi jumlah kerumunan dan mengingatkan masyarakat untuk membatasi kegiatan di luar rumah, peneliti memberikan inovasi untuk melakukan pemasaran melalui internet (Digital Marketing). Masyarakat dapat memasarkan UMKM nya melalui internet seperti Facebook, Instagram, WA, Shopee, atau Tokopedia. Peneliti juga memberikan contoh Logo dan Kemasan agar dapat menarik pembeli dalam membeli suatu produk.

Pada pengabdian ini dilakukan pelatihan membuat Crepes agar dapat menambah ilmu dan meningkatkan keterampilan pada masyarakat.

Strategi Pemasaran di Media Sosial =

1. Menentukan target dan jenis media yang digunakan
2. Membuat konten yang seru dan kreatif
3. Menjalni komunikasi yang efektif secara personal
4. Menggunakan gambar yang baik dan menarik
5. Berpartisipasi dalam kelompok dan komunitas online

6. Gunakan Sistem PO (pre-order)
7. Buat diskon-diskon atau penawaran menarik.

KESIMPULAN

1. Digital Marketing yaitu pemasaran melalui internet Bagaimana upaya memasarkan usaha dengan memanfaatkan teknologi internet dengan memanfaatkan akun media social seperti Facebook, WA, Instagram, Shopee, Tokopedia. Sehingga diharapkan masyarakat tidak hanya memasarkan produknya di dekat rumahnya saja, melainkan bisa menjangkau pembeli lebih luas lagi diluar wilayah Tangerang Selatan atau ke seluruh Indonesia.
2. Membuat Brand Produk yang menarik dengan membuat contoh logo produk yang menarik pembeli.
3. Positioning dengan membuat tagline pada logo produk "Cicontang Crepes" Rasanya Bikin Ketagihan.

Foto – Foto Kegiatan



Gambar 1. Pembukaan Acara



Gambar 2. Panitia dan Dosen Pembimbing PKM



Gambar 4. Proses Penyuluhan



Gambar 3. Penyerahan Bingkisan



Gambar 5. Penandatanganan MOA

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan jurnal dengan judul : *Penyuluhan Kewirausahaan Dan Bimbingan Teknis Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM*. Pengabdian Ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan tesis serta dalam rangka memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Pasca Sarjana Fakultas Manajemen Universitas Pamulang. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penghargaan dan terima kasih penulis berikan kepada Bapak Dr. Ir. H. Sarwani, M.T., M.M. sebagai Kaprodi Magister Manajemen, Bapak Dr. Moh. Sutoro, S.E., M.M., M.H, Bapak Dr. N. Sunardi, S.E., S.T., M.M. Ibu Dr. (c) Rosa Lesmana, SE.MM selaku Pembimbing yang telah membantu penulisan jurnal PKM ini. Serta ucapan

terima kasih kepada Bapak Caryoto, S.E., M.M. selaku Staf Prodi Universitas Pamulang atas arahannya dalam penulisan jurnal ini.

Terima kasih kepada Bapak Marji selaku Ketua RW, Bapak Supriyatna selaku Ketua RT, Ibu Maida selaku warga yang bersedia menyediakan rumahnya sebagai lokasi PKM, para warga Kp.Cicentang (Jl.PDAM). RT.004. RW.001 yang sudah berkenan menjadi obyek penelitian pada kegiatan PKM ini dan sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner dari kami. Sahabat-sahabatku (Julia Herniwati, Leni Suhartati, Sonia Zulfa Deshi Danuz, Ina Nurjanah, dan Ganes Farhan Ahmad Sasmita) dan rekan-rekan mahasiswa dari kelompok PKM lainnya program studi Magister Manajemen. Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan jurnal ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, S., Andriani, J., Lesmana, R., Sunardi, N., & Furyanah, A. (2019). *Manajemen Pengelolaan Desa Wisata Pada Desa Cimanggu, Kecamatan Cislak, Kabupaten Subang, Privinsi Jawa Barat (Studi Kasus pada Curug Paok dan Bukit Pasir Jaka)*. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).
- Alfianto, Eko Agus. (2012). *Sebuah Kajian Pengabdian Kepada Masyarakat*. *Jurnal Heritage* Volume 1 No. 2
- Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kulon Progo. (2021). *Digital Marketing Salah Satu Solusi Pemasaran di Masa Pandemi Covid-19*. <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/893/digital-marketing-salah-satu-solusi-pemasaran-di-masa-pandemi-covid-19>
- Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kulon Progo. *Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Menurut UU No.20 Tahun 2008 Tentang UMKM*. <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/113/kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-umkm>



- Kadim, A., Sunardi, N., Lesmana, R., & Sutarman, A. (2019). Revitalisasi Fungsi Masjid Sebagai Pusat Penguatan Manajemen Peternak Sapi Rakyat melalui Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Terpadu (LEMPERMADU). (Studi Kasus di Masjid Ainul Yaqin Kel. Jontlak, Kec. Praya, Kab. Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).
- Kotler, P. dan Keller, L. K. (2009), Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nafarin, M. (2009). Penganggaran Perusahaan. Jakarta : Salemba
- Rudy, R., Sunardi, N., & Kartono, K. (2020). Pengetahuan Keuangan dan Love Of Money pengaruhnya terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dan dampaknya terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 4(1), 43-56.
- Sumual, Alvianus K. (2013). Pengaruh Knowledge Management dan Corporate Culture Terhadap Inovasi (Study Pada Bank Sulut Cabang Utama Manado). *Jurnal EMBA*, Vol 1 No. 3
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Sunardi, N., Nurzaman, E., Sarwani., Lesmana, R., Hasbiayah, W. (2021). Peran Digital Marketing Dan Manajemen Keuangan dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid 19, Denpasar. 2(2). 96-104.
- <https://money.kompas.com/read/2021/03/02/161627926/satu-tahun-pandemi-jumlah-pengangguran-nyaris-10-juta-angka-kemiskinan-tembus?page=all>
- <https://metro.sindonews.com/read/458346/170/kapolda-metro-jaya-nyatakan-kondisi-jakarta-sedang-tidak-baik-1623906406>
- <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210614062440-20-653897/anies-sebut-jakarta-masuk-fase-amat-genting-hadapi-covid-19>
- <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5609624/kondisi-memburuk-sekolah-tatap-muka-di-dki-jakarta-dihentikan>
- <https://www.liputan6.com/regional/read/4584502/bandung-siaga-satu-berikut-daftar-pembatasan-kegiatan-masyarakat>
- <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5606813/corona-menggila-ridwan-kamil-larang-wisatawan-ke-bandung>