



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. 1 • No. 2 • April 2020

Page (*Hal.*) : 127 – 135

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](mailto:humanis.unpam@gmail.com)

## Pelatihan SDM: Usaha Konvensional menjadi Usaha Digital

### *Human Resources Training: Conventional Enterprises become Digital Enterprises*

Syarifah Ida Farida<sup>1</sup>, Desi Prasetyani<sup>2</sup>, Abdul Rahman Safiih<sup>3</sup>, Dodi Prasada<sup>4</sup>, Budi Ismanto<sup>5</sup>  
<sup>1-5</sup>Universitas Pamulang, email : [dosen01477@unpam.ac.id](mailto:dosen01477@unpam.ac.id)

**Abstrak.** Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjudul Pelatihan SDM: Usaha Konvensional Menjadi Usaha Digital. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan berupa pelatihan ke warga di Kelurahan Depok Jaya. Permasalahan di tempat tersebut masih rendahnya pendapatan warga masyarakat Kelurahan Depok Jaya dan bergantung kepada penghasilan suaminya. Memberikan pelatihan kepada masyarakat terutama ibu-ibu untuk membuka usahanya yang konvensional menjadi usaha digital. Metode yang digunakan dengan penyuluhan, praktek dan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini banyak usaha yang beralih dari konvensional menjadi usaha digital.

**Kata Kunci :** Digital; Pemasaran

**Abstract.** *Abstract. This community service is entitled Human Resource Training: Conventional Business Becomes Digital Business. The purpose of this Community Service is to provide training to residents in Depok Jaya Village. The problem in this place is that the income of Depok Jaya Kelurahan residents is low and depends on their husband's income. Providing training to the community, especially mothers, to open conventional businesses into digital businesses. The method used by counseling, practice and evaluation. As a result of this activity many businesses have switched from conventional to digital businesses.*

**Keywords:** Digital; Marketing.

## PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk paling mulia, diciptakan oleh sang Pencipta sebagai Khalifah di dunia. Berdasarkan Al Quran surat Adz-Dzariyat ayat 56: "Tidaklah Kuciptakan jin dan manusia kecuali supaya mereka beribadah kepada-Ku". Berdasarkan ayat tersebut dapat diketahui bahwa Allah SWT menciptakan manusia yaitu untuk beribadah kepada-Nya. Allah SWT menciptakan sesuatu di dunia ini ada manfaat dan tujuannya. Manusia diciptakan di dunia diberikan akal dan nafsu, sedangkan hewan diciptakan hanya diberikan nafsu. Nafsu merupakan sesuatu yang dibutuhkan dalam kehidupan makhluk hidup tetapi harus dikontrol sesuai dengan kebutuhan.

Begitupula dengan akal, harus dipergunakan semaksimal mungkin sehingga tujuan dalam hidup kita bisa tercapai. Manusia yang paling merugi adalah manusia yang tidak mensyukuri atas nikmat yang Allah SWT berikan. Supaya manusia tidak merugi maka harus terus belajar dan berbuat yang terbaik serta memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan. Cara menjadi manusia yang bermanfaat salah satunya dengan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada masyarakat dengan melakukan pengabdian kepada masyarakat. Salah satu kota yang memiliki Garis Kemiskinan yang meningkat setiap tahunnya adalah Kota Depok Jawa Barat.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat dari tahun 2016 sampai dengan 2018 (BPS, 2018) mengalami kenaikan Indeks Kedalaman Kemiskinan dan Garis Kemiskinan yang dapat dilihat pada Tabel 1. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa masih dibutuhkannya rangasangan untuk meningkatkan penghasilan warga Depok. Salah satu cara yaitu dengan meningkatkan Unit Kecil dan Menengah (UKM). UKM merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Tabel 1 Garis Kemiskinan Kota Depok, Tahun 2016-2018

Tahun	Jumlah Penduduk Miskin (000)	Persentase Penduduk Miskin (%)	P1	P2	Garis Kemiskinan (Rp/ Kapita/ bulan)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
2016	50.56.00	02.34	00.30	00.06	522.934
2017	52.34.00	02.34	00.25	00.06	556.470
2018	49.39.00	02.14	00.31	00.06	615.255

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2019)

Oleh karena itu, kami ingin membantu memberikan pelatihan kewirausahaan kepada masyarakat sekitar Depok Jaya sehingga mereka bisa meningkatkan penghasilan dan produktif dalam menghasilkan produk yang bermanfaat untuk keluarga dan masyarakat. UKM memiliki masalah utama yaitu pemasaran (Hafsah, 2004; Kuncoro, 2008); Kurniawan, 2009; Supardi, 2009). Pemasaran dengan metode konvensional memerlukan biaya tinggi, misalnya membuka di tempat lain (cabang baru), ikut acara pameran, mencetak dan menyebarkan brosur dan sebagainya. Berkembangnya internet merubah sarana lebih efisien dalam membuka jalur pemasaran produk UKM dengan model baru. Dengan biaya relatif lebih murah, dengan memanfaatkan internet penyebaran jangkauan lebih luas dan informasi lebih cepat sampai (Supardi, 2009) (Jauhari, 2010).

Untuk itu, kami Dosen Universitas Pamulang mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bekerjasama dengan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Kelurahan Depok Jaya untuk memberikan pelatihan kepada warga di Kelurahan Depok Jaya dengan judul "**Pelatihan SDM Strategi Mengubah Usaha Konvensional Ke Usaha Digital**".



## METODOLOGI PELAKSANAAN

Metode kegiatan ini berupa pemberian tips dan trik kepada para pelaku UKM. Berikut ini adalah tahapan pelatihan yang dilakukan:

1. Tahap persiapan, Tahap persiapan yang dilakukan meliputi:
  - a. Survey awal,
  - b. Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran. Setelah survey maka ditentukan lokasi pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan.
2. Tahap Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat  
Tahap ini akan diberikan penjelasan mengenai apa itu Digital Marketing, dan juga mengubah usaha konvensional ke usaha digital. Sesi ini menitikberatkan pada pemberian penjelasan mengenai bagaimana penerapan teknik digitalisasi di dalam UKM.
3. Tahap Pelatihan  
Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan yaitu:
  - a. Metode ceramah
  - b. Metode tanya jawab
  - c. Metode simulasi

## HASIL DAN DISKUSI

Kewirausahaan itu sendiri merupakan bidang dharma kehidupan yang menuntut adanya kejujuran dan semangat juang tinggi untuk memakmurkan kehidupan, agar tanda-tanda kebesaran Sang Maha Pencipta terpancar di dalamnya. Wirausaha adalah asas kerja sama yang saling menguntungkan, melalui penggabungan orang, tenaga, dan modal sedemikian rupa sehingga semua yang terlibat dapat mengambil manfaat yang sewajarnya. Menurut Suharsono wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai sifat-sifat kewirausahaan, yaitu: (Suharsono, 2018)

- (1) Berani mengambil resiko
- (2) Keutamaan
- (3) Kreativitas

- (4) Keteladanan dalam menangani usaha atau perusahaan dengan berpijak pada kemauan atau kemampuan sendiri.

Usaha kecil menengah (UKM) memiliki peran penting juga strategis untuk pertumbuhan ekonomi negara. Ada tiga alasan yang melatarbelakangi negara berkembang belakangan ini memandang penting keberadaan usaha mikro dan kecil (Berry, et al.,2001). Pertama yaitu karena usaha mikro dan kecil kinerjanya cenderung lebih baik yang menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, usaha mikro dan kecil sering mencapai peningkatan pendapatannya melalui perubahan teknologi dan investasi. Ketiga memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas ketimbang usaha besar.

UKM di beberapa negara maju dan industri yang baru memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor dan sebagai subkontraktor yang menyediakan berbagai input bagi usaha yang berskala besar serta sumber inovasi. Makanan dan minuman mendominasi pertumbuhan UKM di Indonesia. Perkembangan bisnis di bidang makanan dan minuman sejak beberapa tahun yang lalu mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Prospek yang cukup bagus salah satunya industri restoran dan rumah makan, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Namun demikian dalam periode yang sama banyak restoran yang menurun pendapatannya, karena tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya. Sukses bukannya hanya dilihat dari jumlahnya pengunjung, tetapi juga ditentukan oleh kemampuan meningkatkan pertumbuhan pelanggannya (Ling, 2013).

Wirausaha memiliki sifat salah satunya yaitu mampu dalam mencermati peluang usaha dengan berpikir kreatif dan inovatif dan mencapai kesejahteraan hidup diri sendiri, keluarga dan masyarakat. Ada tujuh karakter dasar yang perlu dimiliki setiap calon wirausaha, yaitu sebagai berikut. (Kasali, 2010)

- 1) Action oriented

- Mereka ingin segera *action* (bertindak), sekalipun situasinya tidak pasti (uncertain).
- 2) Berpikir mudah/simpel  
Mereka selalu belajar berfikir yang simpel tidak rumit/ribet, walaupun dunia telah berubah menjadi kompleks.
  - 3) Selalu mencari peluang-peluang baru  
Keuntungan yang mereka raih bukan hanya dari bisnis atau produk baru, melainkan juga dari cara-cara baru.
  - 4) Mengejar peluang dengan disiplin tinggi  
Wirausaha merupakan investasi dan menanggung resiko, maka harus memiliki disiplin yang tinggi untuk mengejar peluang yang ada.
  - 5) Peluang yang terbaik yang diambil  
Memilih yang tepat merupakan kesuksesan seperti memilih bidang usaha, mitra usaha, teman, pasangan, karyawan/eksekutif, dan sebagainya. Mencapai sesuai salah satunya dengan memilih yang terbaik.
  - 6) Fokus pada eksekusi  
Untuk mencapai kesuksesan tidak hanya merenung atau menguji hipotesis, melainkan harus fokus terhadap eksekusi dengan melakukan dan bertindak. Selain itu, harus bisa beradaptasi terhadap situasi dan menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada di lapangan.
  - 7) Menggerakkan orang lain pada bisnis yang digeluti  
Untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses tidak mungkin dilakukan seorang diri, pasti membutuhkan bantuan orang lain dengan menggerakkan tangan dan pikiran banyak orang, baik dari dalam maupun luar perusahaannya. Bersosialisasi dengan melebarkan sayap membangun jaringan lebih cepat berhasil daripada melakukan semua impiannya sendiri. Oleh karena itu, harus memiliki kemampuan membangun jaringan, mengumpulkan orang, memimpin, memotivasi, menyatukan gerak, dan berkomunikasi.
- berwirausaha adalah sebagai berikut. (Fadiati & Purwana, 2011)
- 1) Produk yang sudah ada  
Produk yang akan dipasarkan bisa dalam bentuk barang atau jasa. Produk harus memiliki diferensiasi atau perbedaan dengan produk lainnya, sehingga memiliki keunggulan atau ciri khas tersendiri dan mudah diingat oleh konsumen. Perbedaan tersebut dapat berupa keunggulan dalam harga dan kualitas (kenyamanan, kegunaan atau kesederhanaan).
  - 2) Pameran  
Mengikuti pameran dagang yang diselenggarakan oleh pengusaha untuk memberikan informasi produk baru. Melalui kegiatan ini dapat menjalin kerjasama dengan pengusaha lainnya.
  - 3) Lembaga Pemerintah  
Beberapa lembaga pemerintahan memiliki tujuan dalam membantu usaha masyarakat supaya meningkat pertumbuhannya ekonominya.
  - 4) Lembaga Pendidikan  
Melalui lembaga ini seperti perguruan tinggi memiliki misi mengembangkan pendidikan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang bisa membantu perkembangan usaha masyarakat.
  - 5) Media Informasi  
Media informasi dapat digunakan untuk memberikan informasi seperti internet, buku, koran dan majalah.  
Contoh peluang usaha antara lain:
    - a. membuka bisnis fotocopy di sekitar kampus atau kantor;
    - b. kantin di sekitar sekolah, kampus atau kantor;
    - c. warung tradisional dengan memanfaatkan rumah tinggal;
    - f. beternak ikan hias atau lele dengan memanfaatkan pekarangan rumah;
    - g. beternak ayam, bebek dan kambing.

Berikut ini beberapa hal yang dapat menjadi gagasan atau peluang untuk

Sekarang ini media informasi melalui media sosial seperti internet lebih *user friendly* dan pertumbuhannya semakin cepat. Dengan modal *Handphone* atau Laptop dengan Kuota dapat melakukan transaksi

jual beli antara penjual dan pembeli. Persoalannya adalah, bagaimana caranya agar masyarakat dapat mengambil manfaat yang optimal dari hadirnya produk teknologi multimedia tersebut, dengan pengorbanan dan biaya yang minimal dalam arti yang sesungguhnya.

Oleh karena itu, kami melakukan kerjasama dengan Kepala Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Depok Jaya. Perjanjian Kerja Sama antara Program Studi Manajemen Universitas Pamulang dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Depok Jaya tentang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat tertuang dalam PKS Nomer: 3542/C1/Ks/UNPAM//2019.



Sumber: Foto Kerjasama LPM Kelurahan Depok Jaya dengan Universitas Pamulang

Ruang lingkup Perjanjian Kerjasama LPM Kelurahan Depok Jaya dengan Universitas Pamulang meliputi kegiatan sebagaimana berikut:

- (1) Pelaksanaan pendidikan;
- (2) Pelaksanaan penelitian;
- (3) Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat;
- (4) Pelaksanaan seminar, workshop, jurnal ilmiah dan publikasi karya ilmiah;
- (5) Pelaksanaan kegiatan lain yang disepakati Para Pihak.

Melalui PKS tersebut maka kami berkesinambungan dalam melakukan Pengabdian Masyarakat di Kelurahan Depok Jaya, untuk Semester Genap Tahun Akademik 2018-2019 dan Ganjil Tahun Akademik 2019-2020. PKM yang kami lakukan dimulai dari penyuluhan dan penyampaian materi mengenai motivasi,

kewirausahaan dan berikutnya diberikan pelatihan dalam memasarkan produk melalui digital marketing.

### 1. Tahap Persiapan

Sebelum melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat kami selaku Dosen Universitas Pamulang melakukan prasurvey kepada warga Depok Jaya. Berdasarkan data dan informasi yang kami dapatkan bahwa menurunnya pendapatan rumah tangga dikarenakan suami sebagai pencari nafkah mengalami kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan dan menurunnya daya beli masyarakat.

Hal ini menuntut ibu-ibu rumah tangga untuk bisa membantu para suami memberikan nafkah keluarganya. Oleh karena itu, kami Dosen Universitas Pamulang melakukan pertemuan dengan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Depok Jaya untuk memberikan alternatif solusi terhadap permasalahan yang ada di Kelurahan Depok Jaya.

Pada tahap ini untuk menjalin kerjasama yang terus berkesinambungan antara Universitas Pamulang dengan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Kelurahan Depok Jaya maka dilakukan penandatanganan Perjanjian Kerja Sama (PKS) dengan No PKS 3524/C1/Ks/UNPAM/XI/2019 pada tanggal 01 Oktober 2019 di saksikan oleh perwakilan Dosen Universitas Pamulang dan warga Depok Jaya.

Setelah itu, TIM PKM yang terdiri dari lima orang Dosen UNPAM melakukan *Forum Group Discussion* (FGD) untuk mempersiapkan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) untuk tanggal 20–22 Oktober 2019 di Kelurahan Depok Jaya.

### 2. Tahap Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

Pelaksanaan PKM di Lembaga Pemberdayaan Masyarakat pada tanggal 20 – 22 Oktober 2019. Dikarenakan banyaknya jumlah peserta dan membutuhkan ruangan yang luas, maka kami pindahkan dari LPM

Kelurahan Depok Jaya ke Masjid Al Awwal Depok Jaya.

Kegiatan ini terlaksana atas kerjasama Universitas Pamulang dengan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Kelurahan Depok Jaya. Sebelumnya dari TIM PKM Dosen UNPAM juga sudah melakukan PKM dengan tema yang berbeda yaitu memberikan **“Mengembangkan Kematangan Emosi dan Motivasi Kerja”** yang dilaksanakan pada tanggal 2-4 Agustus 2019.

Setelah adanya motivasi kerja dan kematangan emosi para warga Depok Jaya khususnya ibu rumah tangga membutuhkan pelatihan usaha konvensional menjadi usaha digital. Oleh karena itu, kami dari Dosen UNPAM bersama Mahasiswa UNPAM berkolaborasi antara Program Studi Manajemen dengan Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang untuk mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelurahan Depok Jaya.

Sehubungan dengan hal tersebut dan persiapan yang sudah dilakukan, maka kami melaksanakan PKM selanjutnya yaitu pada tanggal 20 – 22 Oktober 2019 bertempat di Masjid Al Awwal Depok Jaya dengan tema **“Pelatihan SDM: Strategi Mengubah Usaha Konvensional menjadi Usaha Digital”**. Kegiatan ini di ketua oleh Syarifah Ida Farida, S.E., M.M. dengan narasumber Bapak M. Bagoes Satria Junianto, S.Kom., M.Kom dan dibantu dosen UNPAM lainnya yaitu Abdul Rahman Safiih, S.E., M.M., Desi Prasetyani, S.E., M.M., Dodi Prasada, S.E., M.M., dan Budi Ismanto, S.Si., M.M. Kegiatan PKM ini dihadiri kebanyakan ibu-ibu rumah tangga yang memiliki usaha konvensional, selain itu peserta juga ada yang profesinya sebagai guru, karyawan dan wiraswasta. Pelaksanaan ini sangat ditunggu-tunggu oleh para warga yang ingin mengembangkan usahanya menjadi usaha digital yang sedang berkembang di Revolusi Industri 4.0.

Sebelum memulai acara dibuka oleh MC yaitu Desi Prasetyani, S.E., M.M dan pembacaan ayat suci Al Quran dan doa oleh

Abdul Rahman Safiih, S.E., M.M., kami juga dibantu oleh para mahasiswa dari program studi manajemen dan informatika sebagai bagian registrasi, konsumsi, dokumentasi dan peraga dalam pelatihan.

Setelah itu kata sambutan dari Ketua Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Depok Jaya Bapak yaitu Yudi Yanto, M.T dan perwakilan dari Universitas Pamulang yaitu Ketua Pelaksana PKM yaitu Syarifah Ida Farida, S.E., M.M. Dilanjutkan sesi foto dokumentasi dan pelaksanaan Pelatihan SDM.

### 3. Tahap Pelatihan

Metode pelatihan yang digunakan dalam pelaksanaan PKM sebagai berikut:

#### a. Metode ceramah

Metode yang digunakan dalam pelatihan SDM dimulai dengan memberikan ceramah atau presentasi dengan tema **“Pelatihan SDM Strategi Mengubah Usaha Konvensional Ke Usaha Digital Untuk Warga Kelurahan Depok Jaya”**, dengan narasumber M. Bagoes Satria Junianto, S.Kom., M.Kom yang dibantu oleh Syarifah Ida Farida, S.E., M.M. sebagai moderator.



Adapun materi yang disampaikan adalah sebagai berikut.

#### Usaha

Usaha merupakan aktivitas ataupun kegiatan ekonomi yang dilaksanakan oleh manusia dalam rangka mencapai tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya (Supriatna, 2016).

Pada era Revolusi Industri 4.0 ada dua cara dalam membuka usaha yaitu:

**1. Usaha Digital**

Transaksi jual-beli melalui internet dilakukan tanpa tatap muka secara langsung atau disebutnya secara daring (online). Melalui usaha digital dapat meraih keuntungan penghasilan yang lebih banyak dibandingkan konvensional.

**2. Usaha Konvensional**

Usaha konvensional kebalikan dari usaha digital, yaitu melakukan transaksi jual-beli secara offline (tatap muka) dengan mempertemukan antara penjual dan pembeli di sebuah tempat.

Kelebihan Usaha Konvensional:

- a. Pembeli dapat mengetahui kualitasnya secara langsung serta kuantitasnya dari tempat penjual, sehingga tidak ada keraguan.
- b. Produk yang disediakan lebih banyak dibandingkan dengan bisnis online.
- c. Memiliki tempat usaha fisik, apabila ada pembeli yang retur dapat langsung melakukan pengaduan dan pengembalian barang.
- d. Lebih terjaga loyalitas, kepercayaan konsumen karena minimnya penipuan yang terjadi.

Kekurangan Usaha Konvensional:

- 1) Agak sulit dalam perizinan mendirikan usaha.
- 2) Promosi dalam memasarkan produk masih terbatas jangkauannya dalam suatu daerah, sehingga untuk memperluas pemasaran dibutuhkan pembukaan cabang baru di daerah lain.
- 3) Membutuhkan modal yang lumayan banyak, salah satunya adalah urusan kepemilikan tempat usaha.

Kelebihan Usaha Digital:

- a. Cukup luas jangkauannya dan lebih efektif dibandingkan usaha konvensional, bahkan hingga ke wilayah yang terpencil, dengan memiliki akses internet.
- b. Memiliki promosi yang lebih luas atau jangkauan pemasaran dan tidak terbatas terhadap suatu daerah ataupun waktu.

- c. Biaya yang dibutuhkan tidak terlalu besar, karena tidak perlu menyewa tempat dan sebagainya.
- d. Jangkauan bisa hingga internasional dengan mudah.
- e. Dengan memiliki akses internet dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.

Kekurangan Usaha Digital:

- 1) Banyak terjadi kasus penipuan baik dari pembeli maupun dari penjual dengan melalui bisnis online.
- 2) Konsumen tidak dapat melihat secara langsung produk tersebut, sehingga kurangnya kepercayaan dari pembeli.
- 3) Membutuhkan waktu beberapa saat untuk mengirimkan produk kepada konsumen, sehingga lebih memakan waktu.

**Penggunaan Data Handphone**

Menurut Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika (Dirjen IKP Kemkominfo) (2018) menunjukkan penggunaan data handphone melebihi jumlah penduduk Indonesia, 415,7 juta.

**Pengertian UMKM**

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

**Tabel 1.2**  
**Kriteria Asset dan Omset Usaha**

No	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks 50 juta	Maks 300 juta
2	Usaha Kecil	> 50 juta – 500 juta	> 300 juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 500 juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Beberapa masalah utama dalam menjalankan Usaha Digital:

- 1. Kurangnya permodalan
- 2. Sumber Daya Manusia (SDM) yang terbatas

3. Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar
4. Pemasaran produk

Strategi Mengubah Usaha Konvensional ke Usaha Digital (Pangestika, 2019):

1. Digital Marketing  
Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis website. Sebagai contoh adalah blog, website, email, adwords, dan berbagai macam jaringan sosial media.
2. Pemanfaatan Media Sosial  
Masyarakat Indonesia 130 juta diantaranya Online menggunakan Handphone Ini berarti 48% dari total penduduk Indonesia. Sedangkan pengguna aktif media sosial (Jan 2019) sebanyak 150 juta pengguna yaitu sebesar 56% dari total penduduk Indonesia.

**Tabel 1.3. Pemanfaatan Media Sosial**

No	Media Sosial	Jumlah Pengguna
1	Facebook	81%
2	Youtube	88%
3	Whatsapp	83%
4	Lain-lain	16-59%

3. Pemanfaatan Market Place  
Menggunakan market place seperti di bawah iniL
  - 1) Tokopedia
  - 2) Bukalapak
  - 3) Shopee
  - 4) Laz
  - 5) Olx
  - 6) Blibli
  - 7) Zalora
4. Gunakan aplikasi bantuan  
Gunakan aplikasi bantuan untuk menerima pesanan atau membuat laporan hasil penjualan. Seperti Microsoft Excel dan POS System.
5. Inovasi Produk

Produk yang dihasilkan selalu berinovasi sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat. Sehingga memiliki keunggulan dalam bidang produknya dibandingkan produk lainnya.

Selain itu, kami juga memberikan masukan kepada para peserta pengabdian masyarakat bagaimana cara melakukan Bisnis Online supaya sesuai dengan target yang sudah ditentukan:

- 1) *Copy Writing*
  - a. Mengerti audiens dan sesuaikan dengan pribadi bisnis anda.
  - b. Konsisten dengan kepribadian atau prinsip dalam hidup.
  - c. Fokus dengan bahasa komunikasi yang nyaman dan bersahabat.
  - d. Membuat kalimat atau bahasa yang mudah dipahami dan tidak membosankan.
- 2) Respon yang cepat  
Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang cepat. Apabila pelayanan tidak cepat pelanggan akan kabur memilih tempat yang lain. Berikan pelayanan yang cepat dan puas akan produk atau jasa yang diberikan.
- 3) Mudah diakses  
Gunakan aplikasi yang memudahkan pembeli dalam melakukan transaksi dari awal pembelian sampai dengan terima barang di tempat.
- 4) Menguasai Produk yang dijual  
Sudah menguasai informasi tentang barang atau jasa yang dijual.
- 5) Sediakan FAQ biar tidak repot
  - a. Membuat FAQ (*Frequently Asked Question*) supaya bisa menghemat waktu.
  - b. Pelanggan yang tertarik akan bertanya melalui FAQ tersebut sehingga menghemat waktu.
- 6) Sekarang atau tidak selamanya  
Salah satu cara untuk meningkatkan peluang terjadinya penjualan secara cepat adalah dengan membuat *urgency*. Promosi dengan membuat pelanggan untuk melakkan pembelian sekarang

juga, agar mereka mendapatkan keuntungan lebih.

Contohnya: "Cuma sampai Hari Ini! Natura Bizz Diskon 100 lho jadi 400"

hangat dari tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu Kepala Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Depok Jaya. Antusias dari para peserta terlihat dengan banyaknya pertanyaan dan langsung membawa produk yang mereka jual dan dipraktikan teknik menjual secara online. Harapan kami dengan pengabdian ini dapat menambah ilmu yang bermanfaat dalam Mengembangkan Usaha konvensional Berbasis Digital Marketing pada warga sekitarnya.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang yang dilakukan oleh dosen UNPAM khususnya Program Studi Manajemen telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan

## 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)
- BPS. (2018). *Jumlah dan Persentase Miskin, Indeks Kedalaman Kemiskinan (PI), Indeks Keparahan Kemiskinan (P2) dan Garis Kemiskinan Kota Depok*. Depok: Badan Pusat Statistik.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi Wirausaha Sukses*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, Vol. 2., No. 1, 159-168.
- 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).
- Lesmana, R., Sunardi, N., Kartono, K., Rudy, R., & Sumiaty, R. Y. (2020). Implementasi Manajemen dalam Meningkatkan Minat Baca Warga Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran, Kab. Subang, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Ling, A. (2013). Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah. *AGORA*, Vol. 1, No1, 1-8.
- Pangestika, W. (2019, Maret 12). *7 Strategi Bisnis untuk Bersaing di Era Digital*. Retrieved from <https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-bisnis-untuk-bersaing-di-era-digital/>
- Suharsono, N. (2018). *Pendidikan Kewirausahaan dari Teori ke Aplikasi Model Patriot Sejati*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Sunardi, N., Lesmana, R., Tumanggor, M., & Kadim, A. (2019). Implementasi Ilmu Manajemen dalam Mewujudkan Pembangunan Masjid Raya Abdul Kadim, Yayasan Ar-Rohim, Kab. Musi Banyuasin, Propinsi Sumatra Selatan. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).

