

## PENINGKATAN KEMAMPUAN DAN KETERAMPILAN TEKNOLOGI UNTUK MASYARAKAT DALAM BIDANG USAHA KECIL DAN MENENGAH DI RW025 PERUMAHAN PURI PAMULANG

**Wahyu Santoso<sup>1</sup>, Intan Pujianti<sup>2</sup>, Muhamad Fachri<sup>3</sup>, Muhammad Naufal Chaerunizar<sup>4</sup>,  
Raihan Asabumi<sup>5</sup>, Syauqi Irsyad<sup>6</sup>, Deanna Durbin Hutagalung, S.T., M.Kom<sup>7</sup>**

<sup>1-7</sup>Universitas Pamulang; Jl. Raya Puspitek No. 46 buaran, serpong, Kota Tangerang Selatan.  
Provinsi Banten 15310. (021) 741-2566 atau 7470 9855

<sup>1-7</sup>Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

e-mail: <sup>1</sup>wahyusantoso.id@gmail.com, <sup>2</sup>intanpujianti7@gmail.com, <sup>3</sup>admpunya@gmail.com,  
<sup>4</sup>mnaufalchaerunizar@gmail.com, <sup>5</sup>raihan.asabumi2@gmail.com, <sup>6</sup>syauqiuki3@gmail.com,  
<sup>7</sup>dosen01677@unpam.ac.id

---

### **Abstrak**

*Saat ini telah banyak muncul startup (perusahaan yang sedang berkembang dan baru mulai beroperasi), yang berjalan di bidang perdagangan, dimana startup tersebut telah banyak menampung usaha kecil dan menengah yang memudahkan mereka dalam memasarkan produk dan bertransaksi melalui layanan yang tersedia. Oleh karenanya peningkatan kemampuan dan ketrampilan teknologi informasi bagi pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) perlu dilakukan mengingat teknologi internet merupakan sarana efektif untuk pemasaran produk usaha secara online. Masyarakat RW 025 Perumahan Puri Pamulang, Kelurahan Pamulang Barat, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten merupakan masyarakat yang akan dilakukan sosialisasi peningkatan kemampuan dan ketrampilan teknologi informasi untuk masyarakat dalam bidang Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Dengan mengikuti kegiatan ini masyarakat dapat mengerti bagaimana Strategi pemasaran melalui media sosial dan website.*

*Kata kunci: UKM, Produk, Pemasaran*

---

### **I. PENDAHULUAN**

Kemajemukan sosial dan pluraritas budaya masyarakat Indonesia tentunya beragam aktifitas dan kreatifitas dapat ditemukan didalamnya. Dari sisi ekonomi contohnya usaha perdagangan. Usaha kecil dan usaha rumah tangga juga memainkan peranan penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan jumlah unit usaha dan mendukung pendapatan rumah tangga (Eri Werdani et al., 2020). Kita perlu melihat dan meningkatkan keadaan masyarakat menengah kebawah yang melakukan usahanya dengan cara masih sederhana dan belum bisa dikatakan bersaing (Maryanto & Rosana, 2017).

Hal tersebut merupakan potensi untuk dapat membangun Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang

bagus dan berdaya saing tinggi. Perkembangan sektor industri dalam pembangunan di Indonesia tidak terlepas dari peranan dan keberadaan industri kecil dan kerajinan rakyat, yang secara historis kehadirannya jauh lebih dahulu dibandingkan industri manufaktur maupun industri modern (W.K & Nur, 2020).

Ditambah dengan kemajuan teknologi yang berkembang pesat. Hal ini tentunya sangat berpengaruh bagi kehidupan masyarakat. Salah satu teknologi yang dimaksud adalah teknologi internet. E-commerce menjadi kebutuhan mendasar setiap organisasi yang bergerak di bidang perdagangan dan menjadi cara bagi konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan dengan memanfaatkan teknologi internet (Mumtahana, Hani Atun, Nita & Tito, 2017).

Saat ini internet bukan menjadi sesuatu yang eksklusif. Berdasarkan sumber data yang

dipublikasikan WeAreSocial tahun 2016, ada 88,1 juta masyarakat Indonesia yang menggunakan internet dari 259 juta populasi masyarakat Indonesia. Saat ini Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menyumbang terhadap PDB hingga 60,34 persen.

Presiden Joko Widodo mengatakan UMKM harus naik kelas. Salah satu contoh, apabila pelaku usaha mempunyai produk kerajinan tangan ataupun sesuatu yang memiliki ciri khas suatu daerah, mereka bisa memasarkannya secara online untuk menemukan pelanggan yang lebih banyak seperti contohnya dengan memanfaatkan layanan pemasaran marketplace online seperti: Shopee, Lazada, Bukalapak, O LX, dan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan sebagainya.

Keberadaan media sosial yang begitu gencar dapat dimanfaatkan UMKM dalam menawarkan produk ke pasar sasaran (Setiawan & Fadillah, 2020). Dengan memanfaatkan toko online dan jejaring sosial, tentu saja memberikan tugas baru bagi para pelaku usaha yang belum mengerti dengan industri ini.

Pelaku usaha tidak perlu paham dengan bahasa pemrograman untuk membuat situs penjualannya, sudah ada beberapa startup lokal yang menyediakan layanan pembuatan website dengan harga yang variatif. Dengan begitu, pelaku usaha bisa fokus pada produksinya saja.

Masyarakat RW 025 Perumahan Puri Pamulang, Kelurahan Pamulang Barat, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten merupakan masyarakat yang akan dilakukan sosialisasi peningkatan kemampuan dan ketrampilan teknologi informasi untuk masyarakat dalam bidang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang lokasinya dilakukan di Balai Warga RW 025, karena sebelum dilakukannya sosialisasi ini masyarakat masih kurang paham bagaimana mempromosikan produk mereka menggunakan media sosial dan website.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kami dari Tim Pengabdian Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang melaksanakan tanggung jawab Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu dharma Pengabdian kepada masyarakat untuk melakukan kegiatan Peningkatan Kemampuan dan Keterampilan Teknologi Informasi Untuk Masyarakat Dalam Bidang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bertempat di Balai Warga RW 025, Perumahan Puri Pamulang, Kelurahan Pamulang Barat, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Dengan mengikuti kegiatan ini masyarakat dapat mengerti bagaimana Strategi pemasaran melalui media sosial dan website.

## II. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat ini menitik beratkan pada pengembangan keterampilan masyarakat Rw 025 Perumahan Puri Pamulang dalam meningkatkan usaha kecil menengah. Untuk metode pelaksanaannya dilakukan dalam bentuk kegiatan sosialisasi dan praktek. Dalam pengabdian ini terdiri dari 3 pertemuan, pertemuan pertama pengenalan E-Commerce yang di sampaikan oleh anggota pkm. Selanjutnya pertemuan ke dua di lanjutkan dengan pemberian materi tentang Strategi Pemasaran Melalui E-Commerce oleh anggota pkm. Selanjutnya pertemuan ketiga dilanjutkan dengan praktek pembuatan website dasar toko online oleh masyarakat Rw 025 Perumahan Puri Pamulang. Pemaparan materi E-Commerce bertujuan agar masyarakat paham dengan pemanfaatan E-Commerce sebagai media pemasaran produk.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah susunan panitia terbentuk, kemudian mahasiswa membuat rangkaian agenda kegiatan selama pkm. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung selama tiga hari yaitu dari tanggal 6 - 8 Desember 2019. Berikut adalah rincian pelaksanaan kegiatan selama tiga hari:

### a. Kegiatan Hari Pertama

Pada hari pertama tim pkm melakukan persiapan kegiatan dan bersih- bersih tempat kegiatan serta memasang panduk. Selanjutnya acara di lanjutkan dengan pembukaan dan penjelasan tata tertib acara serta sambutan dari ketua pelaksana serta pengenalan tim pkm di lanjut dengan sambutan ketua Rw 025.



Gambar 3. 1 Mahasiswa Melakukan Persiapan



Gambar 3. 2 Mahasiswa Melakukan Persiapan



Gambar 3. 5 Penjelasan Materi Oleh Tim Dosen



Gambar 3. 3 Pembukaan Acara Oleh Tim Mahasiswa



Gambar 3. 6 Sesi Tanya Jawab



Gambar 3. 4 Sambutan Ketua Rw 025

### **b. Kegiatan Hari Kedua**

Pada hari kedua diadakan pemaparan materi untuk Warga Rw 025 mengenai E-Commerce. Penjelasan ini membahas tentang pengenalan E-Commerce, sampai Strategi – Strategi pemasarannya menggunakan media sosial. Selain penjelasan materi E-Commerce, ada juga sesi tanya jawab untuk memastikan peserta sudah paham dengan materi yang disampaikan.

### **c. Kegiatan Hari ketiga**

Pada hari ketiga, diadakan pemaparan materi UU ITE, di materi ini menjelaskan tentang hukum-hukum dalam strategi pemasaran melalui media sosial, setelah itu dilanjut pelatihan membuat website dasar toko online yang di ikuti oleh peserta sehingga peserta dapat mengerti bagaimana pembuatan website toko online, dengan menggunakan website toko online masyarakat menjadi tidak sulit lagi dalam memasarkan produk-produk usaha mereka.



Gambar 3. 7 Penjelasan Materi Oleh Tim Dosen



Acara diakhiri dengan penutupan, penyerahan plakat kepada ketua Rw 025 Perumahan Puri Pamulang, dan pemberian hadiah untuk peserta kegiatan yang mau bertanya saat sesi penjelasan materi. Kemudian terdapat juga sesi foto bersama dengan peserta kegiatan.



Gambar 3. 8 Penyerahan Plakat Kepada Ketua Rw 025 Perumahan Puri Pamulang

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa para masyarakat Rw 025 menyatakan dapat mengerti bagaimana Strategi pemasaran melalui media sosial dan website. sebelum mengikuti pelatihan masih sangat kurang. Dengan diadakannya pelatihan ini, para Warga Rw 025 menjadi memiliki pengetahuan yang lebih dari sebelum pelatihan dilakukan, sangat membantu masyarakat Rw 025 dalam mempromosikan produk – produk mereka.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Eri Werdani, R., Imani Kurniawati, N., Bhimo Sukoco, J., Windriya, A., Iskandar, D., Pemasaran, M., Perkantoran, A., Perusahaan, A., Publik, K., & Universitas Diponegoro Jl ProfSoedharto, S. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media Training of Marketing Homemade Product Through Social Media 1). 4(1).
- Maryanto, A., & Rosana, D. (2017). Rancang Bangun Sistem e-Commerce Berbasis Web-GIS (Gheographic Information System) untuk Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. *Prosiding Seminar Nasional ReTII, 0(0)*. <https://journal.sttnas.ac.id/ReTII/article/view/445>
- Mumtahana, Hani Atun, Nita, S., & Tito, A. W. (2017). khazanah informatika Pemanfaatan Web E-

Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. Pemanfaatan Web E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran, 3(1), 6–15. <http://journals.ums.ac.id/index.php/khif/article/view/3309/2784>

- Setiawan, B., & Fadillah, A. (2020). Pendampingan Penerapan Strategi Promosi Berbasis Digital Bagi UMKM Di Wilayah Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(1), 29–36. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i1.320>
- W.K, M. Y. N., & Nur, N. (2020). Perkembangan Keterampilan Wirausaha Perempuan Berbasis Teknologi Komputer Dalam Peningkatan Pemasaran Produk Industri Rumah Tangga Pedesaan Di Kecamatan Kulo Kabupaten Sidrap. *Movere Journal*, 2(1), 35–46. <https://doi.org/10.53654/mv.v2i1.80>