

## PELATIHAN MANAJEMEN BISNIS DAN PEMASARAN ONLINE BAGI UMKM DI BERBAGAI PROVINSI

Titin Endrawati<sup>1\*</sup>, Muhamad Sigid Safarudin<sup>2</sup>, Christ Windreis<sup>3</sup>, Mulyadi AR<sup>4</sup>, Achmad Zahruddin<sup>5</sup>, Tri Yusnanto<sup>6</sup>

<sup>1</sup>) Politeknik APP Jakarta, <sup>2</sup>)Universitas Batam, <sup>3</sup>)STMIK Dharmapala Riau, <sup>4</sup>)Universitas Muhammadiyah Aceh, <sup>5</sup>)Universitas Baturaja, <sup>6</sup>)STMIK Bina Patria  
*e-mail:* <sup>1</sup>titinendrawati@gmail.com, <sup>2</sup>muhamadsigidsafarudin@gmail.com,  
<sup>3</sup>christ.Windreis@lecturer.stmikdharmapalariau.ac.id, <sup>4</sup>mulyadi.ar@unmuha.ac.id,  
<sup>5</sup>achmadzahruddin@fisip.unbara.ac.id, <sup>6</sup>yusnanto@stmikbinapatria.ac.id

\*Corresponding author: *titinendrawati@gmail.com*

### Abstrak

Artikel ini membahas pelatihan yang dirancang khusus untuk UMKM di berbagai provinsi dengan fokus pada manajemen bisnis dan pemasaran online. UMKM di era digital saat ini menghadapi tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka dan memanfaatkan potensi pemasaran online. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada UMKM agar dapat mengoptimalkan strategi pemasaran online dan meningkatkan daya saing bisnis mereka. Metode pelatihan dilakukan secara daring dengan melibatkan peserta dari Aceh, Batam, Pekanbaru, Jakarta, Sumatera Selatan, dan Magelang. Kegiatan pelatihan meliputi diskusi kelompok daring, pembagian materi pelatihan dalam bentuk video ke dalam grup pelatihan, dan sesi tanya-jawab interaktif. Melalui kegiatan ini, peserta dapat berkolaborasi, berbagi pengalaman, dan mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang manajemen bisnis dan pemasaran online. Pelatihan ini juga diharapkan dapat meningkatkan daya saing bisnis UMKM, membangun jaringan baru, dan mendorong implementasi praktik terbaik dalam operasional bisnis. Diharapkan bahwa pelatihan ini akan menghasilkan hasil positif, termasuk peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif, dan peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan.

**Kata Kunci:** Pelatihan Manajemen Bisnis, UMKM, Pemasaran Online.

### Abstract

This article discusses specially designed training for MSMEs in various provinces with a focus on business management and online marketing. MSMEs in today's digital era face challenges in growing their businesses and capitalizing on the potential of online marketing. This training aims to provide MSMEs with practical knowledge and skills to optimize their online marketing strategies and improve their business competitiveness. The training method was conducted online with participants from Aceh, Batam, Pekanbaru, Jakarta, South Sumatra, and Magelang. Training activities included online group discussions, sharing of training materials in the form of videos to training groups, and interactive question and answer sessions. Through these activities, participants can collaborate, share experiences, and gain a broader understanding of business management and online marketing. The training is also expected to improve the competitiveness of MSME businesses, build new networks, and encourage the implementation of best practices in business operations. It is expected that this training will result in positive outcomes, including an increase in participants' knowledge and skills, the development of more effective business strategies, and improved overall business performance.

**Keywords:** Management Business Training, UMKM (Micro, Small And Medium Enterprises), Online Marketing

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Sektor UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan (Riyadi & Mujanah, 2021). Namun, meskipun potensi yang besar, masih banyak UMKM di berbagai provinsi di Indonesia yang menghadapi tantangan dalam mengelola bisnis mereka dan memasarkan produk secara efektif (Raharja & Natari, 2021).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam manajemen bisnis dan pemasaran online. Banyak pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam hal pengelolaan keuangan, perencanaan strategis, pengembangan merek, penargetan pasar, dan pemanfaatan platform online untuk memasarkan produk mereka (Wali, 2022).

Dalam era digital yang terus berkembang, pemasaran online telah menjadi salah satu alat yang paling efektif dan efisien untuk mempromosikan dan menjual produk (Permatasari & Endriastuti, 2020). Namun, banyak UMKM yang belum memanfaatkan secara optimal potensi pemasaran online ini, baik karena kurangnya pengetahuan teknis maupun akses yang terbatas terhadap sumber daya dan pelatihan yang diperlukan (Ezizwita, Masruri, & Sukma, 2019). Dalam konteks ini, penting bagi pemerintah, lembaga pendidikan, dan pihak-pihak terkait untuk memberikan pelatihan manajemen bisnis dan pemasaran online kepada pelaku UMKM di berbagai provinsi. Pelatihan ini akan membantu UMKM dalam meningkatkan pemahaman mereka tentang praktik manajemen bisnis yang efektif dan mengembangkan strategi pemasaran online yang tepat. Dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ini, UMKM akan mampu mengoptimalkan peluang yang ditawarkan oleh pasar digital dan meningkatkan daya saing mereka di tingkat lokal, regional, dan nasional.

Melalui pelatihan ini, diharapkan UMKM akan mampu mengatasi hambatan-hambatan dalam mengelola bisnis dan memasarkan produk mereka secara online. Dengan demikian, mereka dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja baru, dan berkontribusi lebih besar pada pertumbuhan ekonomi di berbagai provinsi di Indonesia.

Analisis Situasi pada Pelatihan Manajemen Bisnis dan Pemasaran Online bagi UMKM di Berbagai Provinsi ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya Pemahaman Manajemen Bisnis: Banyak UMKM di berbagai provinsi di Indonesia menghadapi kendala dalam mengelola bisnis mereka secara efektif. Kurangnya pemahaman tentang manajemen keuangan, perencanaan strategis, dan pengembangan merek menjadi hambatan dalam mengoptimalkan operasional bisnis mereka.
2. Keterbatasan Pengetahuan Pemasaran Online: UMKM juga menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara online. Kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan platform online, seperti media sosial, situs web, dan marketplace, menghambat UMKM untuk mencapai pelanggan potensial dan meningkatkan penjualan.
3. Tantangan Teknis: UMKM di berbagai provinsi mungkin memiliki akses terbatas terhadap infrastruktur teknologi dan sumber daya digital. Hal ini membuat mereka sulit mengimplementasikan strategi pemasaran online yang efektif dan mengikuti perkembangan teknologi yang terus berubah.
4. Persaingan yang Ketat: Tingkat persaingan di sektor UMKM semakin meningkat, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. UMKM perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk membedakan produk mereka dari pesaing dan menarik perhatian konsumen.
5. Keterbatasan Akses Pelatihan: UMKM di daerah terpencil atau pedesaan mungkin menghadapi kesulitan dalam mengakses pelatihan manajemen bisnis dan pemasaran online. Keterbatasan aksesibilitas fisik dan kurangnya program pelatihan yang tersedia di daerah-daerah tersebut dapat menghambat kemampuan UMKM untuk meningkatkan keterampilan mereka.
6. Perubahan Paradigma Bisnis: Perkembangan teknologi dan adopsi platform online telah mengubah paradigma bisnis. UMKM perlu mengadaptasi diri dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh platform digital untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin terhubung secara digital.

Dengan memahami situasi ini, penting untuk menyelenggarakan pelatihan manajemen bisnis dan pemasaran online bagi UMKM di berbagai provinsi. Pelatihan ini akan membantu mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi UMKM dan meningkatkan pengetahuan serta keterampilan mereka dalam mengelola bisnis dan memasarkan produk secara efektif. Dengan meningkatkan pemahaman dan kemampuan mereka, diharapkan UMKM dapat menghadapi persaingan dengan lebih baik, memperluas jangkauan pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di era digital yang terus berkembang.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam penelitian pengabdian kepada masyarakat ini dapat bervariasi tergantung pada konteks dan faktor-faktor tertentu. Namun, berikut ini beberapa permasalahan umum yang mungkin timbul adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya Pengetahuan Manajemen Bisnis: Mitra UMKM mungkin memiliki pengetahuan yang terbatas tentang praktik manajemen bisnis yang efektif. Mereka mungkin tidak memahami konsep dasar seperti perencanaan strategis, pengelolaan keuangan, dan pengembangan merek yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis mereka.
2. Keterbatasan Pemasaran Online: Mitra UMKM mungkin tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang pemasaran online. Mereka mungkin tidak menyadari potensi dan manfaat penggunaan platform online seperti media sosial, situs web, atau marketplace untuk mempromosikan dan menjual produk mereka.
3. Keterbatasan Akses Teknologi: Mitra UMKM yang beroperasi di daerah terpencil atau pedesaan mungkin menghadapi keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi. Ini dapat membatasi kemampuan mereka untuk memanfaatkan teknologi digital dan platform online dalam menjalankan bisnis mereka.
4. Tantangan Operasional: Mitra UMKM mungkin menghadapi tantangan dalam mengelola aspek operasional bisnis mereka, seperti manajemen persediaan, logistik, atau layanan pelanggan. Kurangnya pemahaman tentang praktik terbaik dalam mengatasi tantangan ini dapat mempengaruhi efisiensi dan keberlanjutan bisnis mereka.
5. Keterbatasan Sumber Daya: Mitra UMKM mungkin menghadapi keterbatasan sumber daya, termasuk keterbatasan modal, tenaga kerja, atau infrastruktur. Hal ini dapat membatasi kemampuan mereka untuk mengembangkan dan memperluas bisnis mereka.
6. Persaingan yang Ketat: Mitra UMKM mungkin menghadapi persaingan yang ketat di pasar. Mereka perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif dan mampu membedakan produk mereka dari pesaing agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen.
7. Ketidakpastian Pasar: Perubahan tren konsumen, peraturan pemerintah, dan faktor ekonomi dapat menciptakan ketidakpastian dalam pasar. Mitra UMKM mungkin perlu mengatasi tantangan ini dan beradaptasi dengan cepat untuk tetap beroperasi dan berkembang.

Melalui pelatihan manajemen bisnis dan pemasaran online, mitra UMKM dapat mengatasi permasalahan ini dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka. Pelatihan ini akan memberikan mereka alat dan strategi yang diperlukan untuk mengelola bisnis dengan lebih baik, memasarkan produk secara efektif, dan menghadapi tantangan yang mereka hadapi di pasar yang kompetitif.

Untuk meningkatkan pengetahuan guru di beberapa provinsi di Indonesia dalam meningkatkan kualitas pembelajaran dengan pemanfaatan teknologi mutakhir, berikut adalah beberapa solusi yang dapat dipertimbangkan:

- 1) Pelatihan Manajemen Bisnis: Menyelenggarakan pelatihan manajemen bisnis yang komprehensif untuk mitra UMKM. Pelatihan ini dapat meliputi aspek-aspek seperti perencanaan strategis, pengembangan merek, dan pengelolaan operasional. Dengan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang praktik manajemen bisnis yang efektif, mitra UMKM akan dapat mengelola bisnis mereka dengan lebih baik (Wali, 2022).
- 2) Pelatihan Pemasaran Online: Menyediakan pelatihan khusus tentang pemasaran online, termasuk penggunaan media sosial, pengelolaan situs web, strategi penjualan online, dan penggunaan marketplace. Pelatihan ini akan membantu mitra UMKM memahami cara memanfaatkan platform

online untuk mempromosikan dan menjual produk mereka dengan lebih efektif (Permatasari & Endriastuti, 2020).

- 3) Akses dan Infrastruktur Teknologi: Upaya perlu dilakukan untuk memperbaiki akses mitra UMKM terhadap infrastruktur teknologi. Ini dapat mencakup penyediaan akses internet yang lebih baik di daerah terpencil atau pedesaan, atau memberikan bantuan dalam memperoleh perangkat dan sumber daya teknologi yang diperlukan (Hendriadi, Sari, & Padilah, 2019).
- 4) Pendampingan dan Bimbingan: Menyediakan pendampingan dan bimbingan kontinu bagi mitra UMKM. Dengan memberikan dukungan dan saran ahli tentang manajemen bisnis dan pemasaran online, mitra UMKM akan dapat mengatasi tantangan operasional dan strategis yang mereka hadapi (Riyadi & Mujanah, 2021).
- 5) Kolaborasi dan Jaringan: Mendorong mitra UMKM untuk berkolaborasi dan berbagi pengalaman dengan sesama pelaku UMKM. Ini dapat dilakukan melalui pembentukan komunitas atau forum yang memungkinkan mitra UMKM saling berinteraksi, berbagi pengetahuan, dan mendapatkan inspirasi dari keberhasilan kolektif (Permatasari & Endriastuti, 2020).
- 6) Peningkatan Akses Sumber Daya: Mengidentifikasi sumber daya yang tersedia, seperti pembiayaan mikro atau program bantuan, yang dapat membantu mitra UMKM mengatasi keterbatasan sumber daya mereka. Hal ini dapat membantu mereka mengembangkan bisnis mereka dan memanfaatkan peluang yang ada.
- 7) Monitoring dan Evaluasi: Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap implementasi strategi manajemen bisnis dan pemasaran online yang telah diajarkan kepada mitra UMKM. Ini akan membantu dalam mengidentifikasi keberhasilan dan kendala yang mungkin dihadapi mitra UMKM, serta memberikan solusi yang tepat.

Dengan mengimplementasikan solusi-solusi ini, diharapkan mitra UMKM dapat mengatasi permasalahan yang mereka hadapi. Mereka akan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola bisnis dengan lebih efektif, memanfaatkan potensi pemasaran online, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang kompetitif.

## METODE

Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode daring. Metode daring atau jarak jauh dapat digunakan sebagai salah satu pendekatan dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat untuk Pelatihan Manajemen Bisnis dan Pemasaran Online bagi UMKM di Berbagai Provinsi. Mengingat tim PkM ini berasal dari 6 (enam) provinsi di Indonesia, maka metode aplikasi jejaring sosial seperti Grup WhatsApp dan media konferensi daring lain dimanfaatkan pada pelatihan ini. Berikut adalah beberapa metode daring yang dapat digunakan:

1. Platform Webinar: Gunakan platform webinar yang dapat menampung jumlah peserta yang besar dan menyediakan fitur-fitur interaktif seperti presentasi slide, sesi tanya jawab, dan polling. Peserta dapat mengakses webinar secara daring dari lokasi mereka masing-masing.
2. Materi Pelatihan dalam Bentuk Video: Persiapkan materi pelatihan dalam bentuk video yang dapat diakses oleh peserta kapan saja. Video tersebut dapat berisi penjelasan, studi kasus, dan contoh praktis mengenai manajemen bisnis dan pemasaran online. Peserta dapat mengakses video tersebut melalui platform pembelajaran online atau media berbagi video.
3. Diskusi Kelompok Daring: Bagi peserta ke dalam kelompok kecil dan fasilitasi sesi diskusi daring melalui platform komunikasi seperti video conference atau grup obrolan. Setiap kelompok dapat diberikan topik atau studi kasus tertentu yang harus mereka diskusikan dan kemudian berbagi hasil diskusi dengan seluruh peserta.
4. Tugas Individu: Berikan tugas individu kepada peserta untuk menerapkan konsep-konsep yang dipelajari dalam pelatihan dalam konteks bisnis mereka sendiri. Peserta dapat diminta untuk membuat rencana pemasaran online, analisis pasar, atau mengembangkan strategi bisnis. Mereka kemudian dapat mengirimkan tugas mereka secara daring melalui email atau platform pembelajaran online.

5. Sesi Tanya Jawab Interaktif: Selenggarakan sesi tanya jawab secara daring dengan menggunakan fitur chat atau ruang obrolan pada platform webinar atau media sosial. Peserta dapat mengirimkan pertanyaan mereka dan fasilitator dapat menjawabnya secara langsung atau melalui sesi tanya jawab yang direkam sebelumnya.
6. Bahan Bacaan dan Sumber Daya Online: Sediakan bahan bacaan, panduan, dan sumber daya online yang relevan untuk peserta. Ini dapat berupa artikel, infografis, panduan langkah-demi-langkah, atau tautan ke sumber daya eksternal yang bermanfaat. Peserta dapat mengakses materi ini melalui platform pembelajaran online atau situs web yang telah disediakan.
7. Evaluasi dan Umpan Balik: Lakukan evaluasi pelatihan dan minta peserta untuk memberikan umpan balik mengenai pengalaman mereka. Ini dapat dilakukan melalui survei daring atau sesi umpan balik yang diselenggarakan secara langsung. Umpan balik ini akan membantu untuk memperbaiki dan meningkatkan pelatihan di masa depan.

Penting untuk memastikan bahwa peserta memiliki akses yang memadai ke internet dan perangkat komputer atau smartphone yang diperlukan untuk mengikuti pelatihan daring. Juga, perlu memberikan panduan dan dukungan teknis kepada peserta untuk memastikan mereka dapat mengakses dan menggunakan platform pelatihan secara efektif.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka Tim PkM memilih model kegiatan diskusi Kelompok daring, membagi materi pelatihan dalam bentuk video ke dalam grup pelatihan, dan sesi tanya-jawab interaktif. Ketiga model ini merupakan metode yang baik untuk digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini karena alasan-alasan berikut:

- 1) Kolaborasi dan Pertukaran Ide: Melalui kegiatan diskusi kelompok daring, peserta dari berbagai provinsi dapat saling berinteraksi, berbagi pengalaman, dan bertukar ide. Mereka dapat belajar satu sama lain tentang tantangan yang mereka hadapi di wilayah masing-masing dan mencari solusi yang efektif untuk bisnis mereka. Kolaborasi semacam ini memperkaya pengalaman peserta dan memberi mereka wawasan yang lebih luas tentang bisnis UMKM di berbagai provinsi.
- 2) Konteks yang Relevan: Dengan membagi materi pelatihan dalam bentuk video ke dalam grup pelatihan, peserta dapat membahas dan menerapkan konsep-konsep yang dipelajari dalam konteks bisnis mereka masing-masing. Mereka dapat berbagi pengalaman, tantangan, dan strategi yang spesifik untuk wilayah mereka, sehingga pelatihan menjadi lebih relevan dan dapat diterapkan dengan lebih baik.
- 3) Pembelajaran Mandiri: Materi pelatihan dalam bentuk video memungkinkan peserta untuk belajar secara mandiri dan menyesuaikan waktu belajar mereka sesuai dengan ketersediaan mereka. Mereka dapat mengulang-ulang video jika diperlukan, mempelajari kembali konsep yang sulit, atau memfokuskan pada bagian tertentu yang paling relevan untuk bisnis mereka. Ini memberi peserta kendali atas proses pembelajaran mereka.
- 4) Interaksi Langsung dengan Fasilitator: Melalui sesi tanya-jawab interaktif, peserta dapat berkomunikasi langsung dengan fasilitator pelatihan. Mereka dapat mengajukan pertanyaan, mendapatkan klarifikasi, dan berbagi pemahaman mereka tentang materi pelatihan. Interaksi ini memungkinkan peserta untuk terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang topik yang dibahas.
- 5) Keterlibatan dan Motivasi Peserta: Metode-metode interaktif seperti diskusi kelompok daring dan sesi tanya-jawab interaktif dapat meningkatkan keterlibatan dan motivasi peserta. Mereka merasa terlibat dalam pembelajaran dan memiliki kesempatan untuk berkontribusi, berbagi ide, dan mendapatkan umpan balik langsung. Ini dapat meningkatkan keberhasilan pelatihan dengan membangun motivasi dan minat peserta dalam mempelajari dan menerapkan konsep-konsep yang dipelajari.

Dalam konteks "Pelatihan Manajemen Bisnis dan Pemasaran Online bagi UMKM di Berbagai Provinsi", metode-metode tersebut membantu peserta untuk memahami dan menerapkan konsep-konsep

dalam konteks bisnis mereka sendiri, serta memungkinkan kolaborasi antar peserta dari berbagai provinsi, yang dapat menghasilkan wawasan dan solusi yang lebih kaya.

Adapun rencana tahapan kegiatan yang dapat dilakukan dalam Pelatihan Manajemen Bisnis dan Pemasaran Online bagi UMKM di Berbagai Provinsi ini adalah sebagai berikut:

1) Tahap 1: Persiapan

- a) Identifikasi dan persiapan materi pelatihan: Tentukan topik-topik yang akan dicakup dalam pelatihan, seperti manajemen bisnis, pemasaran online, pengembangan merek, dan aspek operasional. Persiapkan materi pelatihan yang komprehensif dan sesuai dengan kebutuhan peserta dari berbagai provinsi.
- b) Pembuatan materi pelatihan dalam bentuk video: Tim membuat video yang menjelaskan konsep-konsep yang akan diajarkan dalam pelatihan. Pastikan materi pelatihan mudah dipahami, terstruktur dengan baik, dan disajikan dengan cara yang menarik terkait tema perencanaan strategis, pengembangan merek, dan pengelolaan operasional UMKM secara daring.
- c) Pengaturan platform pelatihan daring: Tim memilih platform daring yang dapat menampung jumlah peserta yang memadai dan menyediakan fitur-fitur interaktif seperti sesi tanya jawab, diskusi, dan polling. Platform tersebut haruslah mudah diakses dan dapat digunakan oleh peserta dari berbagai provinsi.

2) Tahap 2: Pelaksanaan Pelatihan

- a) Peluncuran materi pelatihan: Tim PkM membuka akses peserta ke materi pelatihan dalam bentuk video. Tim memberikan instruksi tentang bagaimana mengakses dan mempelajari materi tersebut. Tim juga memastikan peserta memiliki waktu yang cukup untuk menyelesaikan materi sebelum sesi diskusi kelompok dan sesi tanya jawab.
- b) Sesi diskusi kelompok daring: Menentukan jadwal sesi diskusi kelompok yang dapat diakses secara daring melalui platform komunikasi seperti video conference atau grup obrolan. Fasilitator memandu diskusi dan memberikan arahan kepada peserta untuk berbagi pengalaman dan solusi yang relevan dengan topik yang dibahas.
- c) Sesi tanya-jawab interaktif: Jadwalkan sesi tanya-jawab interaktif yang melibatkan peserta dari berbagai provinsi. Gunakan fitur chat atau ruang obrolan pada platform media sosial (WhatsApp grup) untuk memfasilitasi pertanyaan dan menjawabnya secara langsung. Tim juga memastikan peserta memiliki kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan klarifikasi tentang materi pelatihan.
- d) Tugas individu: Tim memberikan tugas individu kepada peserta untuk menerapkan konsep-konsep yang dipelajari dalam pelatihan dalam konteks bisnis mereka masing-masing. Tentukan tenggat waktu pengumpulan tugas dan cara pengirimannya secara daring, seperti melalui email atau platform pembelajaran online.

3) Tahap 3: Evaluasi dan Umpan Balik

- a) Evaluasi pelatihan: Lakukan evaluasi terhadap implementasi pelatihan. Tinjau keberhasilan pelatihan, tantangan yang dihadapi, dan hasil yang dicapai oleh peserta.
- b) Survei umpan balik: Bagikan survei umpan balik kepada peserta untuk mendapatkan pendapat mereka tentang pengalaman mereka selama pelatihan. Tanyakan tentang kebermanfaatan materi pelatihan, kualitas instruksi, dan saran perbaikan untuk masa depan.
- c) Analisis umpan balik dan perbaikan: Analisis hasil survei umpan balik peserta. Gunakan masukan tersebut untuk memperbaiki dan meningkatkan pelatihan di masa depan, serta mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

4) Tahap 4: Tindak Lanjut

- a) Sumber daya tambahan: Berikan peserta dengan sumber daya tambahan yang relevan, seperti bahan bacaan, panduan praktis, atau tautan ke sumber daya online yang bermanfaat. Ini akan membantu peserta dalam melanjutkan pembelajaran dan penerapan konsep-konsep yang dipelajari setelah pelatihan selesai.

- b) Pendampingan dan konsultasi: Tawarkan dukungan pendampingan atau konsultasi kepada peserta setelah pelatihan selesai. Hal ini akan membantu peserta dalam mengatasi tantangan yang mungkin muncul saat menerapkan konsep-konsep baru dalam bisnis mereka.

Dengan mengikuti tahapan ini, pelatihan "Pelatihan Manajemen Bisnis dan Pemasaran Online bagi UMKM di Berbagai Provinsi" dapat dilaksanakan dengan baik secara daring, memastikan peserta mendapatkan manfaat maksimal dari program tersebut.

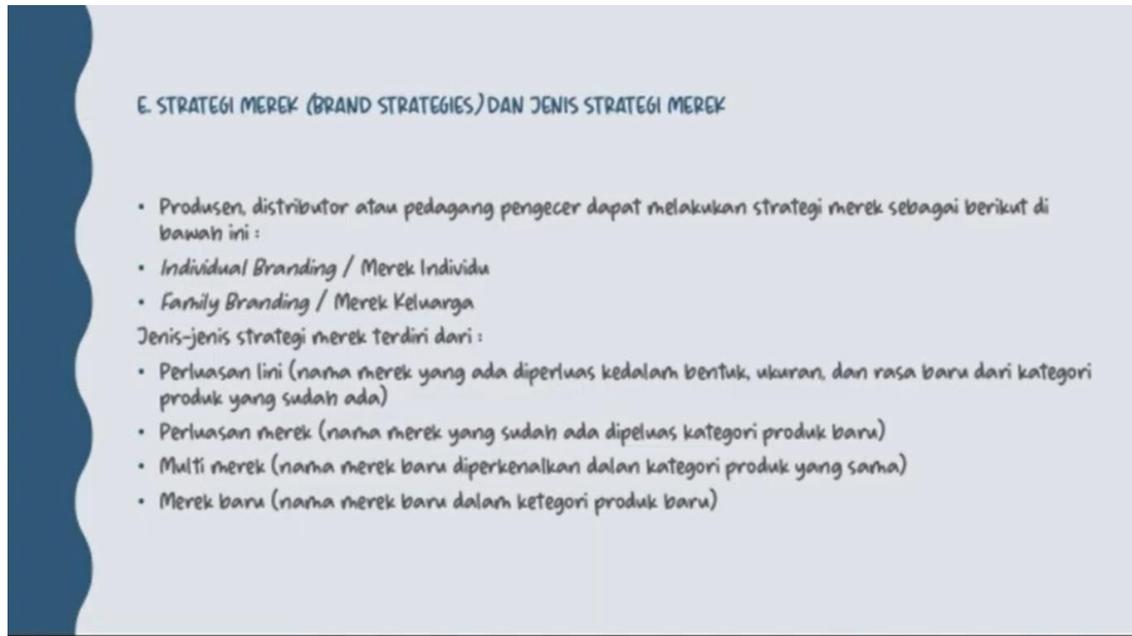
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun pelaksanaan PKM ini adalah sebagai berikut:

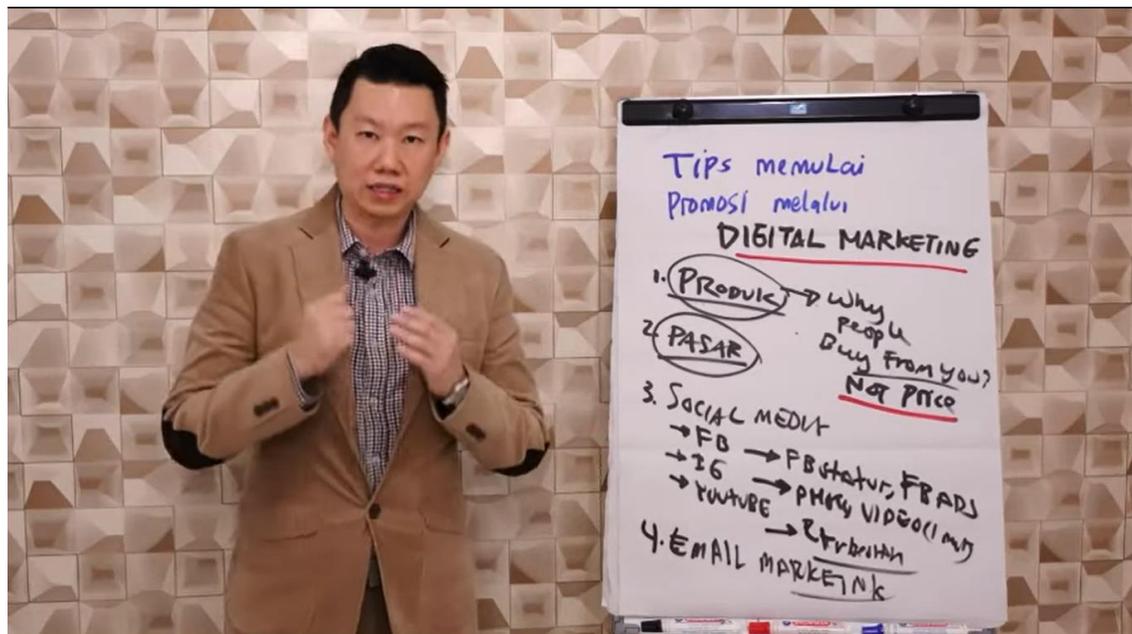
1. Tim PKM melaksanakan pelatihan manajemen bisnis dan pemasaran online bagi pelaku UMKM pada pelaku UMKM di enam Provinsi di Indonesia. Keenam provinsi tersebut adalah Provinsi DKI Jakarta, Kepulauan Riau (Batam), Riau (Pekan Baru), D.I Aceh, Sumatera Selatan (Ogan Komerling Ulu), dan Jawa Tengah (Magelang). Pelatihan ini menggunakan tiga kegiatan yaitu model kegiatan diskusi Kelompok daring, membagi materi pelatihan dalam bentuk video ke dalam grup pelatihan, dan sesi tanya-jawab interaktif.
2. Pada kegiatan pelatihan daring ini, tim PkM membuat Grup WhatsApp untuk membagikan link tentang perencanaan strategis, pengembangan merek, dan pengelolaan operasional UMKM secara daring. Tutorial diberikan melalui tautan YouTube seperti <https://www.youtube.com/watch?v=wWuNZnbbVkc>, <https://www.youtube.com/watch?v=447EV-D7gg0> <https://www.youtube.com/watch?v=MTIBJXkWj8U>



Gambar 1. Pelatihan Pengembangan Perencanaan Pemasaran UMKM - strategi pemasaran



Gambar 2. Pelatihan Manajemen Strategi Pemasaran - Produk, Merek dan Jasa UMKM



Gambar 3. Strategi Bisnis dengan Digital Marketing

Kegiatan berikutnya adalah memberikan Sesi diskusi kelompok daring yang dilakukan melalui media WhatsApp Group yang didalamnya terdiri dari tim PkM dan peserta PkM yakni pelaksana UMKM dari enam provinsi di Indonesia. Grup WhatsApp tersebut berisi 30 orang pelaku UMKM dengan masing-masing 5 orang dari tiap-tiap provinsi objek kegiatan pelatihan PkM ini. Setelah para pelaku UMKM diberikan materi pembelajaran, diadakan video konferensi untuk mendiskusikan pemahaman dan progress yang dicapai mereka.

3. Setelah melaksanakan pelatihan, Tim mendampingi, memonitoring dan mengevaluasi pemahaman pelaku UMKM terhadap materi yang telah diberikan kepada mereka melalui grup WhatsApp yang telah dilaksanakan selama 1 bulan (20 Januari 2023-20 Februari 2023). Pelaku UMKM diminta menyampaikan hasil kegiatan mereka dan aplikasi pada UMKM yang mereka miliki.

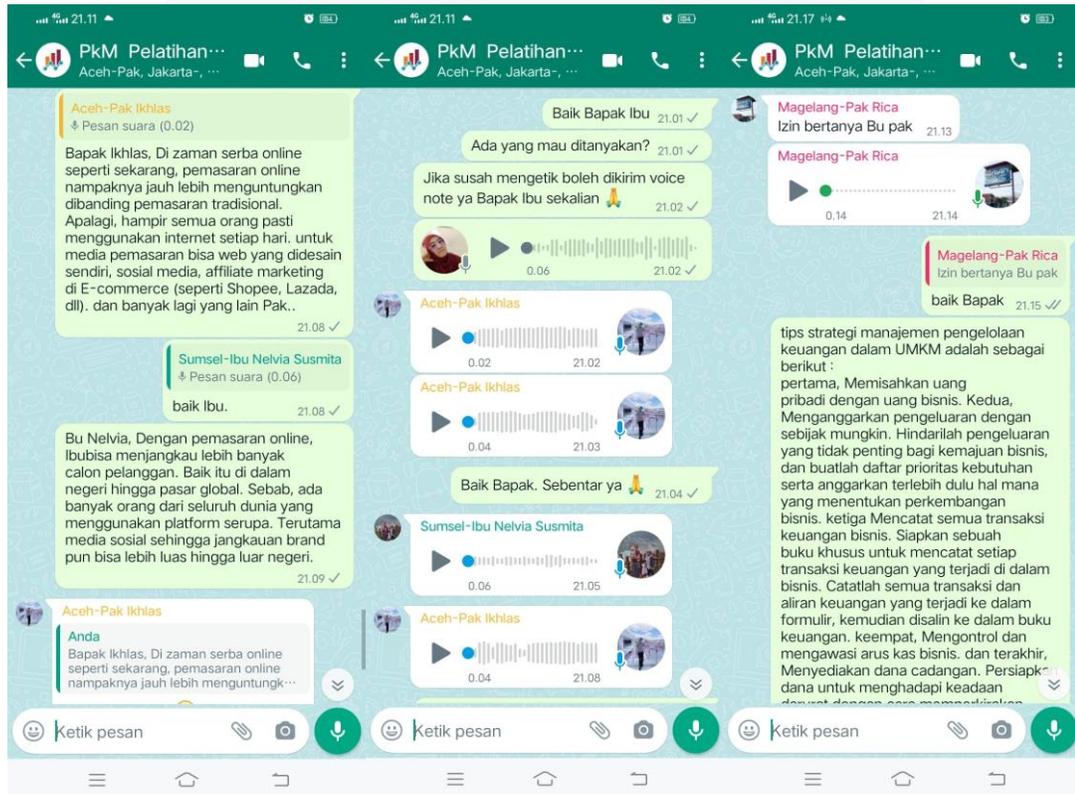
PKM ini dilaksanakan secara daring mengingat tim PkM berasal dari 6 provinsi yang berbeda di Indonesia. Keenam provinsi tersebut adalah Provinsi DKI Jakarta, Kepulauan Riau (Batam), Riau (Pekan Baru), D.I Aceh, Sumatera Selatan (Ogan Komering Ulu), dan Jawa Tengah (Magelang). Kegiatan dilaksanakan secara daring dengan memanfaatkan fasilitas WhatsApp grup dan laman YouTube untuk memberikan materi.

Hasil kegiatan pelatihan guru SMP dengan pemanfaatan teknologi mutakhir bervariasi tergantung pada keadaan guru di masing-masing provinsi dan berbagai faktor yang lain. Namun secara umum beberapa hasil yang dicapai adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Peserta akan meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep-konsep manajemen bisnis dan pemasaran online yang relevan untuk UMKM. Mereka akan memperoleh pengetahuan baru dan keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam operasional sehari-hari bisnis mereka.
2. Pengembangan Strategi Bisnis yang Lebih Efektif: Peserta akan mampu mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dalam konteks pemasaran online. Mereka akan mempelajari cara memanfaatkan platform digital, alat pemasaran online, dan teknik pengembangan merek untuk mencapai tujuan bisnis mereka.
3. Peningkatan Daya Saing dan Keberlanjutan Bisnis: Dengan pengetahuan dan keterampilan baru yang diperoleh, peserta akan dapat meningkatkan daya saing bisnis mereka di era digital. Mereka akan belajar cara mengoptimalkan pemasaran online, mencapai target pasar yang lebih luas, dan memperluas jangkauan bisnis mereka.
4. Kolaborasi dan Jaringan Baru: Peserta akan memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan sesama peserta dari berbagai provinsi, berbagi pengalaman, dan membangun jaringan. Ini dapat menghasilkan kerjasama dan kemitraan baru yang bermanfaat dalam mengembangkan bisnis mereka di tingkat regional atau nasional.
5. Implementasi Praktik Terbaik: Peserta akan dapat menerapkan praktik terbaik yang dipelajari dalam pelatihan ke bisnis mereka sendiri. Mereka akan memperoleh wawasan tentang strategi yang efektif, alat-alat yang berguna, dan langkah-langkah praktis yang dapat meningkatkan keberhasilan bisnis online mereka.
6. Peningkatan Kinerja Bisnis: Dengan menerapkan konsep-konsep dan strategi yang dipelajari dalam pelatihan, peserta diharapkan dapat mencapai peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan. Ini dapat mencakup peningkatan penjualan, peningkatan kehadiran online, pengembangan merek yang lebih kuat, atau peningkatan efisiensi operasional.
7. Umpan Balik Positif dari Peserta: Salah satu hasil yang diharapkan adalah umpan balik positif dari peserta mengenai kualitas pelatihan, materi yang disampaikan, dan manfaat yang mereka peroleh. Umpan balik positif akan memvalidasi efektivitas pelatihan dan menjadi pijakan untuk perbaikan di masa depan.

Hasil ini akan membantu peserta UMKM dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital dan meningkatkan peluang keberhasilan mereka.

Dokumentasi kegiatan (pembekalan materi, diskusi dan sharing tanya-jawab melalui WhatsApp Group):



## SIMPULAN

Hasil kegiatan pelatihan guru SMP dengan pemanfaatan teknologi mutakhir bervariasi tergantung pada keadaan guru di masing-masing provinsi dan faktor lainnya. Secara umum, beberapa hasil yang dicapai adalah:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Guru-guru SMP akan meningkatkan pemahaman mereka tentang manajemen bisnis dan pemasaran online yang relevan untuk UMKM. Mereka akan memperoleh pengetahuan baru dan keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam operasional bisnis sehari-hari.
2. Pengembangan Strategi Bisnis yang Lebih Efektif: Guru-guru akan mampu mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dalam konteks pemasaran online. Mereka akan mempelajari cara memanfaatkan platform digital, alat pemasaran online, dan teknik pengembangan merek untuk mencapai tujuan bisnis.
3. Peningkatan Daya Saing dan Keberlanjutan Bisnis: Dengan pengetahuan dan keterampilan baru yang diperoleh, guru-guru akan dapat meningkatkan daya saing bisnis di era digital. Mereka akan belajar cara mengoptimalkan pemasaran online, mencapai target pasar yang lebih luas, dan memperluas jangkauan bisnis mereka.
4. Kolaborasi dan Jaringan Baru: Guru-guru akan memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan sesama peserta dari berbagai provinsi, berbagi pengalaman, dan membangun jaringan. Ini dapat menghasilkan kerjasama dan kemitraan baru yang bermanfaat dalam mengembangkan bisnis di tingkat regional atau nasional.
5. Implementasi Praktik Terbaik: Guru-guru akan dapat menerapkan praktik terbaik yang dipelajari dalam pelatihan ke bisnis mereka sendiri. Mereka akan memperoleh wawasan tentang strategi yang efektif, alat yang berguna, dan langkah-langkah praktis yang dapat meningkatkan keberhasilan bisnis online mereka.
6. Peningkatan Kinerja Bisnis: Dengan menerapkan konsep dan strategi yang dipelajari dalam pelatihan, diharapkan guru-guru dapat mencapai peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan. Ini dapat mencakup peningkatan penjualan, kehadiran online yang lebih baik, pengembangan merek yang lebih kuat, atau peningkatan efisiensi operasional.
7. Umpan Balik Positif dari Peserta: Salah satu hasil yang diharapkan adalah umpan balik positif dari peserta mengenai kualitas pelatihan, materi yang disampaikan, dan manfaat yang mereka peroleh. Umpan balik positif akan memvalidasi efektivitas pelatihan dan menjadi pijakan untuk perbaikan di masa depan.

Hasil-hasil ini akan membantu peserta UMKM dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital dan meningkatkan peluang keberhasilan mereka.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian berupa pelatihan Manajemen Keuangan ini dapat berjalan dengan baik karena dukungan dan kerjasama berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala atas berkah dan rahmatNya sehingga kami mempunyai kesempatan untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dan dapat melaksanakan kegiatan pengabdian ini dengan baik hingga selesai.
2. Pimpinan kampus masing-masing penulis: 1) Politeknik APP Jakarta, 2) Universitas Batam, 3) STMIK Dharmapala Riau, 4) Universitas Muhammadiyah Aceh, 5) Universitas Baturaja, 6) STMIK Bina Patria
3. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) kampus masing-masing penulis: 1) Politeknik APP Jakarta, 2) Universitas Batam, 3) STMIK Dharmapala Riau, 4) Universitas Muhammadiyah Aceh, 5) Universitas Baturaja, 6) STMIK Bina Patria
4. Pelaku UMKM pada 6 provinsi yang terlibat dalam kegiatan PKM ini, yaitu dari Provinsi DKI Jakarta, Kepulauan Riau (Batam), Riau (Pekan Baru), D.I Aceh, Sumatera Selatan (Ogan Komerang Ulu), dan Jawa Tengah (Magelang).

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ezizwita, E., Masruri, M. E. Y. F., & Sukma, T. (2019). Pelatihan Manajemen Usaha Dan Peningkatan Promosi Untuk Pengembangan UMKM Makanan Ringan. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, 1197-1204.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 4(2), 120-125.
- Permatasari, M. P., & Endriastuti, A. (2020). Pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran bagi UMKM di Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(1), 91-99.
- Raharja, S. U. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan usaha umkm di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108-123.
- Riyadi, N., & Mujanah, S. (2021). Strategi Pemasaran dan Pendampingan Manajemen Usaha Kelompok Usaha Kecil Kerupuk di Kenjeran Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram*, 3(1).
- Wali, M. (2022). Pelatihan Manajemen Pengembangan Usaha bagi UMKM Provinsi Aceh. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 3(1), 33-38.