

PENINGKATAN *DIGITAL SKILL* PELAKU UMKM DI WILAYAH CIPUTAT TIMUR

Syifa Astasia Utari¹, Luqman Hakim², Jamiati³, Fitria Rosmi⁴, Della Fitria⁵

^{1,3,5}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta

⁴Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Jakarta

email: syifaastasia@gmail.com

Abstract

The pandemic situation requires UMKM to develop their strategies to be able to withstand various changes. Especially on the behavior and patterns of public consumption of information that has been transformed into digital form, especially those related to products. Ironically, many UMKM are forced to go out of business because they are disturbed by the presence of digital platforms, and the lack of digital skills or the ability to use digital media. This Community Service aims to help UMKM actors to be able to adapt to the post-pandemic situation, by utilizing digital media as a means of digital marketing, as well as massive communication media with potential consumers in the digital space. This form of service is in the form of training for UMKM groups in the East Ciputat area, South Tangerang, which is attended by around 30 UMKM actors. The material presented started from the basics of digital marketing, product campaigns on Instagram social media, to the practice of product photos as a support for product visualization to attract consumer interest, so that it is hoped that UMKM actors can run their businesses creatively, adaptively, and sustainable.

Keywords: Instagram, Digital Skills, Digital Marketing, Product Campaigns, Photography.

Abstract

Situasi Pandemi menuntut pelaku UMKM untuk menyusun strategi kreatif dan inovatif agar mampu bertahan dan beradaptasi dengan berbagai perubahan. Terutama perubahan perilaku dan pola konsumsi masyarakat terhadap informasi, yang telah bertransformasi ke dalam bentuk digital, khususnya informasi terkait produk tertentu. Ironisnya, banyak UMKM yang terpaksa gulung tikar akibat terdisrupsi oleh kehadiran platform digital, dan minimnya digital skill atau kemampuan penggunaan media digital. Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM agar mampu beradaptasi menghadapi situasi pasca pandemi, dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran digital, sekaligus media komunikasi dengan calon konsumen secara *massive* di ruang digital. Bentuk pengabdian ini berupa pelatihan bagi kelompok UMKM di wilayah Ciputat Timur, Tangerang Selatan yang diikuti oleh sekitar 30 pelaku UMKM. Materi yang disampaikan mulai dari dasar-dasar digital skill (kemampuan penggunaan data dan media digital), contoh pemasaran digital, kampanye produk di sosial media instagram, hingga praktik foto produk sebagai penunjang visualisasi produk agar menarik minat konsumen. Sehingga diharapkan para pelaku UMKM dapat menjalankan bisnisnya secara kreatif, adaptif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Instagram, Digital Skill, Pemasaran Digital, Kampanye Produk, Fotograf

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 selama tiga tahun terakhir memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat di Indonesia. Mulai dari aspek kesehatan, pendidikan, sosial, hingga aspek ekonomi yang tentu saja mendapat tekanan yang luar biasa, bahkan mengakibatkan ribuan orang terpaksa kehilangan sumber penghasilan mereka. Kondisi perekonomian yang fluktuatif tersebut, memerlukan tindakan reaktif yang tepat dan melibatkan kontribusi seluruh elemen masyarakat untuk bekerja sama dalam menanggulangi situasi krisis agar tidak mengakibatkan dampak berkepanjangan.

Salah satu sektor ekonomi yang terdampak cukup parah adalah sektor ekonomi informal atau UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). UMKM sendiri merupakan suatu kelompok usaha yang memiliki peran strategis dan telah menjadi fondasi perekonomian di Indonesia. Hal tersebut

ditunjukkan dengan adanya data terkait jumlah unit usaha yang berlimpah dan tersebar hampir di setiap sektor ekonomi.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2022), jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia tidak terlepas dari berbagai hambatan dan tantangan, terutama saat dihadapkan dengan kondisi pandemi Covid-19 yang mendorong perubahan pola konsumsi produk masyarakat dari luring menjadi daring. Covid 19 pada dasarnya merupakan momentum bagi Indonesia untuk mengakselerasi transformasi digital dalam berbagai sektor. Transformasi digital inilah yang menjadi peluang sekaligus tantangan sesungguhnya bagi para pelaku UMKM untuk beradaptasi atau justru terdisrupsi oleh kecanggihan teknologi komunikasi yang telah menjadi bagian gaya hidup masyarakat selama pandemi. Pelaku UMKM dituntut untuk mampu menyusun strategi yang lebih kreatif dan inovatif agar mampu bertahan di tengah persaingan pasar yang lebih dinamis dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi yang serba digital.

Ironisnya, tidak semua pelaku UMKM mampu beradaptasi dan bertahan dengan perubahan pola konsumsi masyarakat yang menuntut UMKM untuk menyediakan layanan informasi produk dalam bentuk digital. Sehingga, tidak sedikit pelaku UMKM terpaksa menghentikan aktivitas operasionalnya. Salah satu faktor utama yang menyebabkan terjadinya hal tersebut adalah kurangnya pengetahuan tentang digital skill, atau kemampuan untuk menggunakan media dan data digital, selain itu kurangnya kompetensi dalam mengelola aktivitas digital yang kreatif (digital creative) pada strategi pemasaran mereka, sehingga promosi yang dilakukan cenderung monoton dan konvensional. Padahal sebagian besar masyarakat, terutama masyarakat di perkotaan sudah beralih menggunakan media digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Untuk mengatasi hal tersebut, perlu adanya dukungan dari berbagai pihak agar UMKM mampu menjalankan perannya sebagai fondasi perekonomian bangsa, sehingga kesejahteraan masyarakat dan pembangunan bangsa pun dapat terlaksana, bahkan UMKM berpotensi untuk berkembang menjadi Industri kreatif yang mampu bersaing di pasar dunia. Hal ini sejalan dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, yang menyatakan bahwa UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara

Solusi Permasalahan

	KEGIATAN	WAKTU							
		September	Oktober						
1	Persiapan								
	a. Pengajuan Proposal								
	b. Seleksi Proposal								
2	Pelatihan								
	a. Konsep Pelatihan								
	b. Pelaksanaan								
	c. Pendampingan UMKM								
3	Pembahasan Hasil Pengmas								
	a. Analisis Hasil Pengmas								
	b. Pembuatan Laporan Akhir								
	c. Unggah Laporan Akhir								
4	Publikasi Hasil Pengmas								
	Tindak lanjut hasil Pengmas								

Gambar 1. Solusi Permasalahan

Secara umum, permasalahan yang dihadapi oleh sasaran kegiatan Pengabdian Masyarakat ini (Komunikats UMKM di daerah Ciputat Timur, Tangerang Selatan) adalah keberlangsungan operasional usaha yang sangat terdampak saat pandemi bergulir, sehingga seringkali mengakibatkan terjadinya penurunan omset bahkan kebangkrutan. Selain karena eksistensi e-commerce, kemampuan

beradaptasi terhadap perubahan pola konsumsi informasi calon konsumen terhadap suatu produk, serta minimnya keterampilan menggunakan teknologi komunikasi berbasis internet dan media digital (digital skill) dalam menjalankan bisnis, menjadi kendala sekaligus tantangan bagi para pelaku UMKM.

Oleh karena itu, literasi digital, pemahaman tentang penggunaan media digital secara kreatif (digital creative), serta pemanfaatannya bagi operasional usaha, serta hal-hal penunjang lainnya terkait pengemasan konten seperti fotografi produk menjadi krusial untuk dijadikan sebagai materi utama pada kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan skema Pelatihan Literasi Digital bagi Pelaku UMKM di Ciputat Timur.

Pelatihan ini bertujuan untuk menjadikan UMKM sebagai fondasi perekonomian daerah yang mampu bersaing dan beradaptasi dengan perubahan kondisi sosial budaya masyarakat pasca pandemi, dan dapat berjalan secara sinergi dengan keberadaan e-commerce. Materi yang disampaikan pada kegiatan Pelatihan ini mengusung tema “Menuju UMKM Tangguh dan Berkelanjutan Pasca Pandemi: Peningkatan Digital Skill Pelaku UMKM di Wilayah Ciputat Timur” terdiri dari beberapa cakupan materi kolaboratif, sesuai dengan bidang keilmuan yang dikuasai oleh masing-masing anggota tim pelatihan. Adapun materi pelatihan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

1. *Digital Skill* pada Media Sosial Instagram
2. Pemanfaatan Instagram dalam Pemasaran Digital secara Kreatif
3. Praktik Fotografi Produk sebagai penunjang tampilan kampanye produk di Media Sosial.

METODE PELAKSANAAN

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program Pelatihan UMKM ini dilaksanakan pada tanggal 26 September 2022, di Kantor Kecamatan Ciputat Timur, Tangerang Selatan, Banten. Pukul 09.00-12.00 WIB.

Berikut tabel agenda kegiatan Pengabdian Masyarakat berupa pelatihan komunitas UMKM di Ciputat Timur, Tangerang Selatan.

Adapun metode kegiatan yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan yang materinya disampaikan oleh para dosen dan tim dari program studi Ilmu Komunikasi dan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Untuk menunjang kegiatan Pelatihan ini, tim pelaksana telah merancang rincian metode pelaksanaan kegiatan pelatihan yang dilakukan, sebagai berikut:

1. Metode Pengumpulan data
Yaitu proses pra riset, yang dilakukan untuk mengumpulkan data-data mengenai gambaran kegiatan dan kondisi pelaku UMKM dalam menghadapi situasi Covid-19, melalui komunitas UMKM yang berada di sekitar Ciputat Timur, Tangerang Selatan.
2. Menentukan tema pengabdian yang akan diberikan.
Untuk menentukan tema pengabdian yang akan dipilih, tim Pengmas melakukan diskusi dengan komunitas berdasarkan gambaran kebutuhan pelaku UMKM untuk meningkatkan produktivitas mereka. Kemudian dipilihlah Program Pelatihan Bagi Komunitas UMKM dalam melakukan digitalisasi pemasaran melalui pemanfaatan sosial media Instagram, dan aktivitas pendukungnya, yaitu fotografi.
3. Mengumpulkan Studi Pustaka.
Merupakan teknik pengumpulan data referensi dari berbagai jenis sumber keilmuan yang menunjang pelaksana Pengmas untuk membantu memberikan solusi terhadap permasalahan yang sedang dihadapi, dilengkapi berbagai teori dan implementasi tentang tema tersebut.
4. Membuat materi kegiatan dan
Materi Kegiatan dibuat berdasarkan pada kebutuhan *target audience* atau peserta pelatihan pada saat melakukan pra riset, yang kemudian dirancang sesuai dengan referensi ilmiah dari hasil studi Pustaka, kemudian dituangkan dalam materi kegiatan pelatihan.

5. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan diberikan dengan metode luring (*offline*/tatap muka) dengan materi yang berkaitan dengan program/kegiatan yang telah ditentukan.
6. Melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi.

Aktivitas ini dilakukan secara berkala dengan melakukan monitoring atau pemantauan terhadap media-media digital yang dibuat saat pelatihan oleh masing-masing pelaku UMKM. Disertai dengan lembar evaluasi dibagikan saat berakhirnya acara pelatihan, dan satu bulan setelah kegiatan pelatihan dilangsungkan. Hal tersebut dilakukan untuk melihat bagaimana perkembangan atau perubahan yang dihasilkan setelah program pengabdian masyarakat ini dijalankan.

Langkah Pelaksanaan:

Pada saat pelaksanaan, seluruh persiapan telah dilakukan beberapa jam sebelum acara dimulai. Tim Pengabdian Masyarakat berkoordinasi dengan para staf di Kantor Kecamatan Ciputat Timur. Tepat pukul 09.00 WIB pembukaan dilakukan secara khidmat, diawali dengan sambutan dari pihak kecamatan yang diwakili oleh sekretaris Camat Ciputat Timur dan perwakilan UMJ oleh Dr. Luqman Hakim sebagai tim pengmas sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di UMJ.

Kemudian dilanjutkan dengan sesi pemaparan materi pelatihan yang terbagi menjadi tiga sub materi, yaitu Lanskap perkembangan teknologi digital, pemanfaatan teknologi digital bagi sector UMKM, Media Sosial (Instagram), serta praktik fotografi dasar. Materi tersebut disampaikan oleh Syifa Astasia Utari, M.Si dan Jamiati M.I.Kom, serta dibantu oleh tim teknis lainnya yang bertugas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pelatihan Peningkatan Digital Skill Pelaku UMKM di Wilayah Ciputat Timur ini merupakan bagian dari Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta. Penyelenggaraan program ini mendapatkan dukungan penuh dari aparaturnya kecamatan Ciputat Timur dan komunitas pelaku UMKM di wilayah tersebut. Terbukti dengan antusiasnya dari peserta pelatihan, dan penyediaan fasilitas ruang pelatihan oleh pihak kecamatan.

Kegiatan yang diselenggarakan selama tiga jam ini, merupakan wujud kontribusi akademisi dalam mengatasi permasalahan sosial ekonomi di sekitar kampus domisili UMJ, yang berandaskan pada tridharma perguruan tinggi. Salah satu masalah ekonomi yang terlihat secara kasat mata adalah banyaknya pelaku UMKM yang terpaksa menghentikan usahanya karena tidak mampu beradaptasi dengan situasi pandemi Covid-19.

Ketidakkampuan beradaptasi para pelaku UMKM tersebut disebabkan oleh berbagai factor, namun salah satu factor utamanya adalah keterampilan digital pelaku usaha yang masih rendah atau belum optimal, sehingga pasar potensial di ruang digital belum dapat mereka jajah secara efektif dan efisien. Hal inilah yang kemudian mempengaruhi produktivitas UMKM itu sendiri, tanpa adanya permintaan dari konsumen maka produksi pun akan berkurang bahkan mengalami penurunan, begitu pun sebaliknya. Semakin banyak calon konsumen potensial yang terpapar informasi terkait produk mereka di ruang digital, khususnya sosial media, maka akan semakin besar peluang untuk menjadikan mereka sebagai konsumen produk yang akan ditawarkan. Di sisi lain tren penggunaan sosial media di kalangan masyarakat pada akhirnya juga menjadi peluang emas bagi para produsen atau pelaku UMKM untuk melakukan komunikasi pemasaran sekaligus sebagai media untuk mendekati calon konsumen.

Penggunaan media sosial bagi pelaku UMKM terutama bagi pemilik merek-merek baru, biasanya bertujuan untuk menciptakan brand recognition dan awareness terhadap produk mereka, dengan harapan akan mendapatkan konsumen baru. Namun, bagi pelaku usaha yang sudah lama menggunakan media sosial sebagai media komunikasi pemasaran, sebagian besar pelaku usaha menggunakannya sebagai strategi untuk mengelola dan mempertahankan konsumen yang telah ada sebagai hasil dari komunikasi pemasaran dengan media sosial itu sendiri.

Dalam rangka meningkatkan produktivitas dengan memberikan pengetahuan yang disertai dengan keterampilan digital bagi pelaku UMKM, maka tim pengabdian masyarakat UMJ menggelar pelatihan dengan mengusung tema Menuju UMKM Tangguh dan Berkelanjutan Pasca Pandemi: Peningkatan Digital Skill Pelaku UMKM di Wilayah Ciputat Timur.

Kegiatan Pelatihan diikuti oleh sekitar 30 pelaku usaha yang tergabung di dalam komunitas UMKM Ciputat Timur. Bidang usaha yang digeluti pun beragam, mulai dari kreasi kue kering, mie

ayam, aksesoris wanita, strap masker, bucket dan hantaran pernikahan, hingga minuman dan obat-obatan herbal.



Gambar 2. Tim Pengabdian Masyarakat berfoto dengan peserta pelatihan.

Pelatihan diawali dengan pembukaan acara yang disampaikan oleh Dr. Luqman Hakim, SE., Ak.M.Si, yang merupakan dosen dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMJ, sekaligus memberikan pengantar terkait urgensi pelatihan yang mengusung topik literasi digital atau peningkatan kompetensi di ruang digital (digital skill) bagi kegiatan operasional UMKM secara umum, yang tentu saja menjadi bagian dari tema besar yang ditentukan yaitu Menuju UMKM Tangguh dan Berkelanjutan Pasca Pandemi.



Gambar 3. Dekan FEB UMJ membuka acara sebagai perwakilan UMJ sekaligus tim Pengabdian Masyarakat.

Setelah acara dibuka, para pembicara mulai memaparkan materinya, untuk kelompok pengabdian masyarakat ini materi pembuka atau prolog disampaikan oleh Syifa Astasia Utari, M.Si sebagai dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta, yang juga merupakan praktisi media digital. Materi yang disampaikan terkait seputar perubahan pola konsumsi masyarakat terhadap informasi, terutama dalam mencari informasi tentang produk barang dan jasa. Perubahan ini terasa sangat signifikan bagi pelaku UMKM yang juga menjadi salah satu sektor terdampak pandemi covid-19.

Syifa memaparkan tantangan yang dihadapi UMKM pasca pandemi, alternatif solusi, dan kompetensi yang harus dimiliki pelaku UMKM agar mampu beradaptasi, bertahan, dan mengembangkan usahanya. Alternatif yang ditawarkan terkait kemampuan untuk memahami, menggunakan, dan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran produk dan melakukan pendekatan langsung ke calon konsumen mereka, khususnya interaksi di media sosial.



Gambar 4. Syifa Astasia memaparkan prolog materi terkait urgensi digital skill bagi pelaku UMKM.

Kemudian dilanjutkan dengan pemaparan terkait sosial media Instagram oleh Jamiati, S.I.Kom, yang juga merupakan dosen Ilmu Komunikasi di UMJ. Materi yang disampaikan tentang menu fitur Instagram, Langkah-langkah penggunaan, hingga tips dan trik pemanfaatan Instagram bagi pelaku UMKM dalam proses pemasaran produk di ruang digital.



Gambar 5. Jamiati, S.I.Kom., memaparkan materi pemanfaatan Instagram dalam pemasaran digital.

Sesi pelatihan diakhiri dengan pengenalan teknik fotografi sederhana untuk membuat foto produk peserta lebih menarik dan terlihat professional, dengan menggunakan property dan produk yang diujakan sehari-hari pada usaha mereka, kamera gawai, dilengkapi studio mini dengan harga yang terjangkau.



Gambar. 6. Syifa dan Jamiati memberikan arahan praktik foto produk

Peserta pelatihan sangat antusias untuk mencoba membuat foto produk sendiri dengan menggunakan berbagai jenis benda sebagai model produk. Berikut beberapa contoh hasil foto produk yang dihasilkan saat kegiatan praktif foto produk:



Gambar 7. Syifa dan Jamiati saat bersiap memberikan materi dan foto bersama tim

SIMPULAN

Program pelatihan digital skill ini merupakan salah satu rangkaian program yang dijalankan oleh tim pengabdian masyarakat UMJ dengan tujuan untuk membantu para pelaku UMKM bangkit kembali dan mengembangkan usahanya secara adaptif setelah melalui masa pandemi yang melelahkan dan menciptakan berbagai perubahan pada pola hidup masyarakat.

Pandemi merupakan momentum bagi pelaku UMKM untuk bertransformasi secara holistik mengikuti perkembangan zaman agar tidak terdisrupsi oleh kecanggihan teknologi. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM mengenai dunia digital dan media sosial dapat meningkat, sehingga dapat bermanfaat bagi keberlangsungan bisnis mereka di masa yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat sekaligus instruktur pelatihan mengucapkan terima kasih atas dukungan penuh yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Jakarta, terutama LPPM UMJ, baik dukungan moril maupun materil kepada tim pelaksana, juga kepada seluruh aparatur negara di Kantor Kecamatan Ciputat Timur, Tangerang Selatan dan pengelola Jurnal UAI sehingga kami berkesempatan untuk mempublikasikan hasil kegiatan pelatihan dalam program pengabdian masyarakat sebagai wujud kontribusi akademisi dalam meningkatkan produktivitas elemen masyarakat (pelaku UMKM) setelah melalui masa pandemi. Harapan kami, semoga program ini dapat dijalankan secara berkelanjutan, sehingga manfaat yang terasa akan lebih luas bagi berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Mahyuni, Luh Putu. (2022) Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol.6 No.3 2022
- Neti, Sisira. (2011). Social Media and It's Role in Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*
- Tholib, Moh, dkk. (2021). Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Era Covid 19 bagi Pengusaha Aisyiah. *BERDIKARI Jurnal Inovasi dan Penerapan Ipteks* Vol.9 No.2 Agustus 2021
- Santoso, Radityo Kusumo. (2012). Pengaruh Media Sosial Terhadap Consumer Retention. *FE UI* 2012.
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing management* 14e. Englad: Pearson Education
- Soekarwo. (2020). Mewujudkan UMKM sebagai Fondasi Perekonomian. Diakses pada 28 Oktober 2022, dari <https://www.jawapos.com/opini/02/11/2020/mewujudkan-umkm-sebagai-fondasi-perekonomian/>
- Kementrerian Investasi. (2020). Upaya Pemerintah untuk Memajukan UMKM Indonesia. Diakses pada 28 Oktober 2022, dari <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>