



JPKMM

JURNAL PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT MANAJEMEN

VOL 1

No. 1

Juli 2021

Diterbitkan oleh :
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Panca Bhakti

Alamat :
Jalan Kom Yos Sudarso, Kel. Sungai
Beliung, Kec. Pontianak Barat,
Pontianak, Kalimantan Barat,
Kode Pos 78117



UNIVERSITAS PANCA BHAKTI

FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS

DAFTAR ISI

Ery Niswan, Dami dan Ricola Dewi Rawa	Sosialisasi Teknik Penjernihan Air Sumur Gali Dengan Pac (Polyaluminium Chloride Dan Tawas Di Desa Punggur Besar Kecamatan Kakap Kabupaten Kubu Raya.....1-11
Maulana F Rizal, Adi Mursalin dan Puty Febriasari	Penguatan Kapasitas Usaha Dengan Memanfaatkan Teknologi Media Sosial Pada UMKM Jumie Chaca Cake Dan Dekorasi Di Kota Pontianak 12-18
Aisyah, Adiyath Randy, Windi Pratiwi	Pelatihan Kewirausahaan Dan Manajemen Pemasaran Di Sosial Media Pada Ukm Aqikha Cake 19-22
<u>Naiyun U. Utama,</u> <u>Melva Angga</u>	<u>Penyuluhan Pemberdayaan Warga Masyarakat Untuk Meningkatkan</u> <u>Kesejahteraannya Pada Rt 002/Rw 030 Perumnas Ii Kelurahan Sui</u> <u>Beliung Kecamatan Pontianak Barat, Kota Pontianak, Kalimantan</u> <u>Barat..... 23-29</u>
Hery Medianto Kurniawan, Sri Widarti, Fitriana Aini	Sosialisasi E-RDCK Pupuk Bersubsidi Pada Kelompok Tani Di WKPP Desa Kuala Dua Kecamatan Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya 30-39

JURNAL PKM PRODI MANAJEMEN

Editor-In-Chief:

Adi Mursalin

Co-Editor-In-Chief:

Dina Octaviani

Editor:

Angga Hendharsa

Puty Febriyani

Melva Yosita

Reviewer:

M. Hanafi A. Syukur (Universitas Negeri Tanjungpura)

Rahmatullah Riziq (Universitas Panca Bhakti) Zalfiyah
(Universitas Panca Bhakti)

Adi Mursalin (Universitas Panca Bhakti) Razak

Alqadria (Politeknik Negeri Pontianak)

Pelaksana Tata Usaha :

Hilman

Alamat penyunting dan tata usaha: Gedung D, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Bhakti Pontianak, Jl. Komyos Sudarso Pontianak 78113 Telpun (0561) 772627, 776820, langganan 2 nomor setahun Rp. 100.000,- (seratus ribu rupiah) untuk dapat berlangganan dapat menghubungi sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti.

Jurnal PKM Prodi Manajemen diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti Pontianak. Dekan: Endang Kristiawati, Pembantu Dekan I: Zalfiwan, Pembantu Dekan II: Dina Octaviani, Pembantu Dekan III: Renny Wulandari.

**PENGUATAN KAPASITAS USAHA DENGAN MEMANFAATKAN TEKNOLOGI
MEDIA SOSIAL PADA UMKM JUMIE CHACA CAKE DAN DEKORASI
DI KOTA PONTIANAK**

Maulana F Rizal ¹⁾, Adi Mursalin ²⁾ dan Puty Febriasari ³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Bhakti

ABSTRACT

In the current era of globalization, starting from the community, both workers and students can not be separated from the name of information and communication technology. Information technology is a general form to describe any supporting technology to make it easier for people to manipulate, store, communicate and convey information easily and quickly. The presence of information and communication technology makes it easier for people to carry out daily activities including online shopping.

Currently, many business people are already using social media to sell their products. The development of business through internet media is in line with the increasing number of internet users in Indonesia. It is undeniable that many people are developing businesses with online electronic media.

Keywords: Business Online.

ABSTRAK

Pada era globalisasi sekarang mulai dari masyarakat baik itu para pekerja maupun para pelajar tidak terlepas dari yang namanya teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi adalah bentuk umum untuk mendeskripsikan teknologi pendukung apa pun untuk memudahkan masyarakat memanipulasi, menyimpan, mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi dengan mudah dan cepat. Hadirnya teknologi informasi dan komunikasi semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari termasuk dalam berbelanja *online*.

Saat ini sudah banyak para pelaku usaha yang sudah menggunakan media sosial untuk menjual produk mereka. Perkembangan bisnis melalui media internet sejalan dengan semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia. Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa banyak masyarakat yang mengembangkan bisnis dengan media elektronik yang bersifat *online*.

Kata Kunci: Belanja Online

Pendahuluan

Pada era globalisasi sekarang mulai dari masyarakat baik itu para pekerja maupun para pelajar tidak terlepas dari yang namanya teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi adalah bentuk umum untuk mendeskripsikan teknologi pendukung apa pun untuk memudahkan masyarakat memanipulasi, menyimpan, mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi dengan mudah dan cepat. Hadirnya teknologi informasi dan komunikasi semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari termasuk dalam berbelanja *online*.

Saat ini sudah banyak para pelaku usaha yang sudah menggunakan media sosial untuk menjual produk mereka. Perkembangan bisnis melalui media internet sejalan dengan semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia. Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa banyak masyarakat yang mengembangkan bisnis dengan media elektronik yang bersifat online.

Bisnis secara online di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat, salah satunya dengan belanja online. Belanja Online atau e-commerce merupakan salah satu cara berbelanja secara online melalui internet seperti situs jual beli online ataupun marketplace. Dimana penjual dan pembeli tidak pernah bertemu secara langsung. Produk yang ditawarkan melalui postingan dengan gambar yang ada pada website ataupun marketplace, kemudian pembeli bisa memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pesanan dan pembayaran melalui rekening bank maupun E-wallet yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran dilakukan penjual mendapatkan notifikasi pembelian dari situs website ataupun Marketplace. Kemudian kewajiban penjual untuk mengirim barang pesanan ke alamat pembeli. Saat berjualan di marketplace, Anda tidak perlu membuat website pribadi maupun toko online, penjual hanya perlu mendaftar dan mengupload, lalu melengkapi.

Permasalahan Mitra

Sesuai dengan hasil diskusi dan kesepakatan antara tim pengusul dengan kedua mitra, permasalahan mitra yang menjadi prioritas dan perlu untuk diselesaikan melalui program PKM ini adalah sebagai berikut :

1. Pandemi corona membuat dunia usaha mandek.
2. Penjelasan mendetail mengenai penguatan kapasitas usaha dengan menggunakan media online dan turunannya serta contoh nyata bisnis online yang pernah terjadi, sehingga mitra dapat memahami bagaimana secara bijak dan bertanggung jawab dalam melakukan kegiatan usaha berbasis online.

METODE PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Metode Pelaksanaan dan Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran kegiatan pelatihan kewirausahaan dan manajemen pemasaran di sosial media pada ini adalah UKM Jumie Chaca Cake dan Decor. Kegiatan pelatihan dilaksanakan bertempat langsung di lokasi UKM Jumie Chaca Cake dan Decor. Adapun yang menjadi instruktur dan narasumber dalam kegiatan ini adalah dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen UPB yang memiliki kemampuan manajerial dan motivasi dalam hal bisnis plan dan marketing.

Metode Pendekatan yang akan diberikan dari Tim Pengusul adalah dengan pendekatan pendidikan. Pendekatan pendidikan yang dimaksud adalah memberi pengetahuan dasar tentang dengan cara tutorial sehingga mitra diharapkan paham dan mengerti tentang penggunaan media sosial yang ada serta memiliki kemampuan menggunakan teknologi media sosial tersebut yang umum digunakan

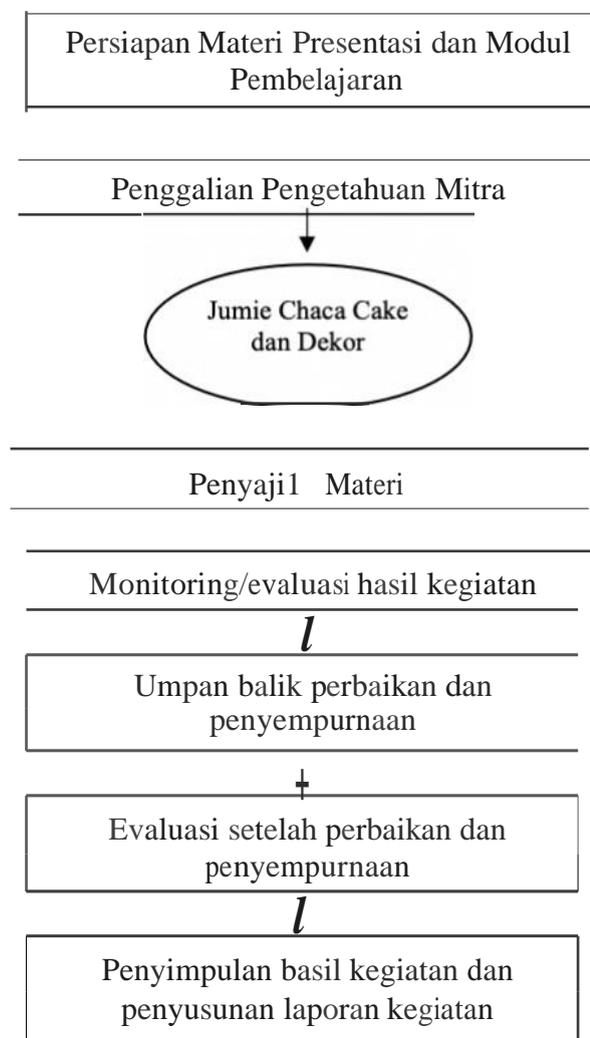
oleh pelaku usaha. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan:

- a. Langkah 1 (Metode Ceramah)
Peserta diberikan pemahaman akan pentingnya cerdas berinvestasi.
- b. Langkah 2 (Metode Tutorial)
Peserta diberikan contoh kasus dan mampu mengerjakannya sesuai petunjuk yang sudah dijelaskan.

Didalam pelaksanaan program ini partisipasi Mitra akan sangat diharapkan dengan menyediakan tempat untuk tim pengusul memberikan penyuluhan. Dengan selesai program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diharapkan tim pengusul akan tetap terus berkerjasama dan memberikan bantuan

Langkah-langkah Kegiatan

Skema penyelesaian masalah dengan kegiatan PKM pada mitra Jumie Chaca Cake dan Dekor



skema penyelesaian masalah mitra PKM

1. Persiapan Materi Presentasi Dan Modul Pembelajaran

Materi presentasi dan modul pembelajaran menggunakan informasi yang terbaru sehingga relevan untuk diterapkan.

2. Penggalan Pengetahuan Peserta

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pengetahuan mitra tentang bisnis online di Indonesia.

3. Tahap Penyajian Materi

Penyajian materi sesuai dengan tingkat pengetahuan peserta yang dilakukan secara dua arah. Disela-sela materi yang disampaikan, pemateri memberikan kesempatan pada peserta untuk bertanya langsung apabila ada materi yang tidak dimengerti.

4. Evaluasi

Evaluasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peserta menguasai materi materi yang telah diberikan melalui praktek langsung contoh kasus yang diberikan.

5. Umpan balik perbaikan dan penyempurnaan

Diskusi hasil praktek dan penambahan isi materi yang kurang berdasarkan umpan balik peserta.

6. Evaluasi setelah perbaikan dan penyempurnaan

Penyampaian materi yang baru diperbaiki kepada semua peserta.

7. Kesimpulan hasil kegiatan dan penyusunan laporan kegiatan

Membuat laporan hasil kegiatan

BASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Program Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan pada hari Rabu, 23 November 2020 mulai pukul 10.00 pagi di tempat usaha Jumie Chaca Cake dan Dekor Jalan Gusti Hamzah Gang Pancasila 4 Pontianak. Hasil kegiatan tidak keluar dari substansi kegiatan inti yang ada pada bagian metode pelaksanaan. Hasil kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tahap awal

Tahap awal pada pengabdian ini merupakan langkah awal dalam melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat, tahap ini meliputi.

1. Survey lokasi dan melakukan wawancara

Langkah awal yang dilakukan pengabdian dalam melakukan pengabdian adalah melakukan survey lokasi, survey ini dilakukan agar pengabdian memiliki gambaran lokasi dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, Survey dilakukan pada bulan Oktober 2020. Pengabdian juga melakukan wawancara dengan mitra untuk memastikan bahwa mitra belum pernah mendapatkan materi penyuluhan bisnis online yang akan diberikan oleh tim pengabdian.

2. Analisis permasalahan

Bahasan wawancara dengan mitra mengulas seputra bisnis online menggunakan media Instagram. Bahasan inilah memberikan andil dalam menemukan masalah yang dihadapi oleh mitra, yaitu pemahaman mendalam mengenai penggunaan teknologi secara mendalam yang belum pernah didapatkan. Pada langkah ini, pengabdian mengajak mitra untuk merumuskan inti permasalahan yang dihadapi, seperti materi bisnis online apakah sudah pernah dipraktikkan dengan cara menggunakan media sosial Instagram.

3. Memberikan soal pretes

Pretes dilakukan oleh pengabdian untuk mengukur pengetahuan yang dimiliki oleh mitra tentang bisnis online. Hasil pretes dijadikan sebagai tolak ukur awal pada pengabdian ini. Berdasar pada hasil pretes, pengabdian dapat menyimpulkan bahwa pengabdian ini memang dibutuhkan oleh mitra dalam hal memahami dan menerapkan pengetahuan yang dimiliki mengenai bisnis online.

4. Menyusun materi pelatihan

Langkah akhir yang dilakukan pengabdian adalah berdiskusi dengan tim pengabdian untuk menyusun sebuah materi pelatihan penguatan kapasitas usaha.

Tahap inti

Tahap inti merupakan tahap pelaksanaan pengabdian, pada tahap ini pengabdian dan mitra diharapkan selalu berkonsultasi dan berdiskusi. Tahap ini mencakup tiga kegiatan, yaitu:

1. Pengenalan dan pemahaman mendalam tentang media Instagram

Setelah mitra benar-benar berhasil memahami pasar modal, selanjutnya pengabdian memberi materi penguatan kapasitas usaha untuk memberikan pencerahan kepada mitra agar lebih paham teknologi media sosial.



Gambar Materi pengenalan dan pemahaman media sosial Instagram

2. Tahap evaluasi

Pada tahap ini selain melakukan evaluasi terhadap materi yang disampaikan juga dilakukan penyerahan cinderamata dan materi yang berupa soft file yang bisa kapan pun dipelajari.



Gambar evaluasi materi dan penyerahan cinderamata dan soft file materi

Tahap akhir

Tahap ini merupakan tahap final yang dilakukan oleh pengabdian, kegiatan pada tahap akhir meliputi,

1. Mengadakan postes

Postes dilakukan terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kekurangan-kekurangan atau kelebihan-kelebihan terhadap kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan dalam rangka menetapkan rekomendasi terhadap keberlangsungan atau pengembangan kegiatan-kegiatan berikutnya.

2. Melakukan wawancara dengan mitra

Wawancara dilakukan sebagai bentuk validasi terhadap hasil pelaksanaan pengabdian. Wawancara dilakukan kepada mitra dengan memberikan pertanyaan yang diambil dari soal pretes dan postes. Hasil jawaban guru dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan pengabdian ini. Pertanyaan wawancara berpedoman pada hasil postes berikut ini.

3. Menyusun dokumen kegiatan

4. Menyusun laporan akhir kegiatan pengabdian, capaian luaran, dan rincian penggunaan anggaran pengabdian.

5. Publikasi artikel ilmiah dari seminar yang diselenggarakan ke jurnal ISSN

KESIMPULAN

Kesimpulan pelaksanaan pengabdian ini adalah 1) Mitra yaitu Jumie Chaca Cake dan Dekor dapat mengetahui penggunaan media sosila dalam penguatan kapasitas usaha yang baik dan benar 2) Mitra dapat mengetahui dan mengamalkan pengetahuannya mengenai bisnis online kepada pelak.u UMKM lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi 3). Balai Pustak.aJakarta.
- Broutsou, A., dan Fitsilis, P., (2012), *Online Trust: The Influence of Perceived Company's Reputation on Consumers' Trust and the Effects of Trust on Intention for Online Transactions*, Journal of Service Science and Management, 5, 365-372.
- Durianto, D.C dan Liana. 2004. Analisis Efektifitas iklan televise Softener danFresh di Jakarta dan sekitarnyadengan menggunakan Customer Decision Model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*. Vol.1 No.2.<http://ejournal-s1.stkip.pgrisumbar.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/1160/1151>.
- E.R., H. (2017). UMKM Sehat, Negara Kuat BeritaSatu.com., from <http://www.beritasatu.com/ekonomi/436811-umkrn-sehat-negara-kuat.html>
- Frاندhi, Y. C., &Ellyawati, J. (2015). Pengaruh Orientasi Pembelian,Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian *Online* Terhadap Niat Beli *Online*. Program Studi Manajemen, Fak.ultas Ekonomi. Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. 1999. *Marketing/or hospitality and tourism.International ed*). New Jersey: Prentice Hall.
- Kusuma, D.F., dan Septarini, B.G. (2013). Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara Online Pada Pengguna Online Shop. Vol 02. Jurnal Psikologi dan Organisasi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. Hoi. (2010). *The effects of shoppingorientation, online trust andprior online purchase experience toward customers' online purchase intention**International Business Research*, 3(3).
- Ling, K.C., Lau, T.C., & Tan, H.P. (2010). The Effects ofShopping Orientations, *Online* Trust, Prior *OnlinePurchase* Experience toward Customers' *OnlinePurchase* Intention. *International Business Research*, Vol. 3 (3), 63-75.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen& Bisnis*, 14(02),