

PENINGKATAN PENGETAHUAN MENGENAI PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL DALAM MENJALANKAN USAHA UMKM JAMBI

Viny Christanti M

Jurusan Teknik Informatika, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Surel: viny@untar.ac.id

ABSTRACT

The digital platform is one of the means for MSMEs to be able to run their business. The use of digital platforms must be adapted to the circumstances of each MSME. There are MSMEs who have not been able to use WA, Instagram or others because so far they are still selling products in traditional markets or the inability to use technology. In addition, there are also those who still do not dare to market widely through digital platforms because their ability to provide products is limited. Various limitations and differences in solutions in each MSME encourage FTI Untar to provide assistance in increasing knowledge and finding solutions in the use of digital platforms. Seven Jambi MSME partners who are members of the A3 group participated in this PKM activity online. This activity is carried out for productive economic partners to increase productivity and income for their own businesses. In providing assistance, the team provides basic knowledge to provide an overview of whether it has actually led to the use of digital platforms. By providing general knowledge, it is hoped that they can provide knowledge about various digital platforms that can be used to increase their business productivity. In addition to general knowledge, in this activity an oral survey was conducted to find out what digital platforms have been used. So that it can help direct how other steps can be taken in utilizing digital platforms according to the circumstances and conditions of each MSME. For partners who are already using the digital platform, solutions are given on how to increase the use of the digital platform both in terms of content and technology. The result of this activity is an online face-to-face mentoring activity with 7 partners through the Zoom media.

Keywords: Instagram, Digital Platform, Social Media, Jambi MSME

ABSTRAK

Platform digital merupakan salah satu sarana bagi UMKM untuk dapat menjalankan usahanya. Penggunaan platform digital harus disesuaikan dengan keadaan masing-masing UMKM. Ada UMKM yang belum bisa menggunakan WA, Instagram atau lainnya dikarenakan selama ini masih menjajakan produk di pasar tradisional atau ketidakmampuan dalam menggunakan teknologi. Selain itu juga ada yang masih belum berani memasarkan secara luas melalui platform digital karena kemampuan dalam menyediakan produk terbatas. Berbagai keterbatasan dan perbedaan solusi dalam setiap UMKM, mendorong FTI Untar untuk memberikan bantuan pendampingan dalam meningkatkan pengetahuan dan mencari solusi dalam penggunaan platform digital. Tujuh mitra UMKM Jambi yang tergabung dalam kelompok A3 mengikuti kegiatan PKM ini secara daring. Kegiatan ini dilakukan terhadap mitra ekonomi produktif untuk meningkatkan produktifitas dan pemasukan untuk usaha mereka sendiri. Dalam memberikan pendampingan, tim memberikan pengetahuan dasar untuk memberikan gambaran apakah sebenarnya sudah mengarah kearah penggunaan platform digital. Dengan memberi pengetahuan umum diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang berbagai macam platform digital yang dapat digunakan untuk meningkatkan produktifitas usaha mereka. Selain pengetahuan umum, pada kegiatan ini dilakukan survei secara lisan untuk mengetahui platform digital apa yang sudah digunakan. Sehingga dapat membantu mengarahkan bagaimana langkah-langkah lain yang dapat dilakukan dalam memanfaatkan platform digital sesuai dengan keadaan dan kondisi masing-masing UMKM. Bagi mitra yang sudah menggunakan platform digital, maka diberikan solusi bagaimana cara meningkatkan penggunaan platform digital tersebut baik dari sisi konten dan teknologi. Hasil dari kegiatan ini adalah kegiatan pendampingan tatap muka online dengan 7 mitra melalui media Zoom.

Kata kunci: Instagram, Platform Digital, Sosial Media, UMKM Jambi

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun belakangan ini, perkembangan teknologi terjadi sangat cepat. Selain perkembangan yang sangat cepat, penggunaan dimasyarakat pun semakin tersebar diberbagai kalangan. Terlebih lagi keadaan pandemi yang terjadi saat ini memaksa masyarakat dari berbagai kalangan harus dapat menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Segala aspek kehidupan terpaksa beradaptasi dengan keadaan pandemi ini. Berbagai kegiatan seperti mengisi waktu

luang, mendapat hiburan, melaksanakan pendidikan dan menjalankan usaha, memanfaatkan teknologi untuk dapat tetap berjalan namun menghindari kerumunan untuk terhindar dari penularan virus.

Dalam menjalankan usaha banyak kendala yang dihadapi saat dihadapkan pada keadaan “new normal” ini. Berbagai bentuk usaha, mulai dari mikro, kecil hingga menengah atau disebut UMKM tentunya terpaksa untuk mencari bentuk lain dalam menjalankan usahanya. Apabila pada keadaan sebelum pandemi, penggunaan teknologi yang cukup mahal biasanya hanya diadaptasi oleh usaha anak muda, industri besar atau industri menengah ke atas [1]. Usaha di daerah atau usaha rumah tangga menjalankan proses bisnis dalam bentuk sederhana seperti berjualan di warung, membuka warung makan dipinggir jalan, berjualan kue di kios atau lainnya. Walaupun penggunaan teknologi sudah terasa semenjak era globalisasi, namun tidak seluruh bidang usaha memaksimalkan penggunaan teknologi ini. Beberapa usaha hanya mengadaptasi sebagian kecil dari teknologi yang ada. Pemanfaatan seperti penggunaan smartphone atau sosial media dalam memasarkan usahanya. Pemanfaatan teknologi belum digunakan secara merata dikarenakan mungkin belum adanya keharusan dalam menggunakannya, kesulitan dalam mengakses, tidak pahamnya cara menggunakannya atau kendala lainnya.

Jambi merupakan salah satu daerah yang memiliki 8300 UMKM yang terdaftar untuk mendapatkan bantuan pada tahun 2021 [2]. UMKM tersebut ada yang sudah berjalan cukup lama ada yang baru bermunculan disaat pandemi ini. Usaha-usaha yang baru bermunculan karena beberapa faktor seperti adanya usaha untuk mencari pendapatan karena sudah berhenti bekerja, tempat kerja tidak lagi beroperasi, dorongan pemerintah dalam mendorong pertumbuhan UMKM [3]. Disaat pandemi pemerintah mengarahkan agar UMKM Jambi menggunakan platform digital sehingga dapat bertahan dalam keadaan ini [1][4].

Fakultas Teknologi Informasi adalah fakultas yang memiliki pengetahuan dalam bidang teknologi informasi. Tim PKM juga memiliki pengalaman dalam melakukan penelitian dan mengajar dibidang pemanfaatan IT dalam kehidupan dunia digital ini. Oleh karena itu, tim PKM memberikan solusi terhadap masalah mitra dengan memberikan pendampingan dalam mengenal dan memanfaatkan teknologi seperti E-Commerce dalam usaha mitra.

Penggunaan teknologi yang cukup beragam dan luas memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk dapat melihat peluang peningkatan usaha. Namun setiap penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital yang sudah ada saat ini perlu disesuaikan dengan keadaan usaha masing-masing UMKM. Ada UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya, ada UMKM yang belum siap untuk melakukan digitalisasi atau ada UMKM yang sudah mencoba menggunakan namun tidak sepenuhnya memahami fungsinya.

Pendampingan mitra ini terdiri dari pengenalan E-Commerce yang saat ini ada dan diskusi mengenai permasalahan setiap usaha dan memberikan masukan solusi dari setiap permasalahan tersebut. Proses pendampingan dilakukan melalui media daring dan diadakan secara bersama dengan 14 mitra UMKM Jambi tersebut. Solusi permasalahan mitra diarahkan untuk mendorong penggunaan teknologi digital dalam mengembangkan dan menjalankan usaha mitra.

Mitra

Universitas Tarumanagara telah bekerja sama dengan UMKM Jambi untuk melakukan pengabdian dalam membantu masyarakat meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM. Terdapat kurang lebih 300 mitra yang didaftarkan untuk bekerja sama dengan Fakultas Teknologi Informasi untuk mendapatkan pendampingan. UMKM Jambi terdiri dari usaha dari skala kecil hingga menengah. UMKM ini tersebar di beberapa kabupaten dan memiliki masalah serta kendala tersendiri dalam menjalankan usahanya.

Pada pengabdian ini tim bermitra dengan 14 UMKM Jambi yang terdapat pada kelompok A3. Pada tabel 1 dapat dilihat daftar UMKM Jambi yang menjadi mitra dalam kelompok ini. UMKM

Jambi yang menjadi mitra merupakan UMKM yang mayoritas bergerak di bidang kuliner. Selain kuliner terdapat UMKM yang bergerak di bidang fashion dan alat pemadam kebakaran.

Tabel 1 Nama Mitra UMKM Jambi Kelompok A3

No	Nama Mitra	Nama UMKM	Produk UMKM	Lama Usaha
1.	Bebyvia Aswan Pamungkas	Cake Mommy	Kuliner	2 tahun
2.	Yuri Merza	Cool It	Kriya	2 tahun
3.	Muhammad Zen L.	Apar	Alat pemadam kebakaran	
4.	Ade Gusrendra	Dapur Hot	Ayam Geprek	
5.	Yuliana ningsih	Inna Mec Craft	Kerajinan tas kain dan masker	1 tahun
6.	Try yuli astuti	Pempek huhhah	Makanan ringan	4 tahun
7.	Thea Anggiani	Donat uma	Kuliner	1 tahun
8.	Ade mutia	B'tani madu	Produk makanan madu	1 tahun
9.	Yendar amelia	Bakul 2D	Kurma, madu, herbal, sayuran hidroponik	3 tahun
10.	M Ghafiqi Al Hakiem	Thrion	Clothing	1 bulan
11.	Endi Putra	Nabila shop	kuliner	6,5 tahun
12.	Rian satria	Madu gaes	Reseller madu sialang	3 tahun
13.	Ayu mardiyah	Pempek GP	Makanan	5 tahun
14.	Untung wijaya	GP sembako	Pedagang eceran	2 tahun

UMKM pada kelompok A3 merupakan UMKM yang sudah berjalan cukup lama yaitu kurang lebih dari 1-6,5 tahun. Mitra ini memiliki cara dalam memasarkan dan menjalankan usaha mereka masing-masing. Ada yang mungkin sudah mengetahui bagaimana menggunakan teknologi ada yang masih belum mengetahui cara menggunakan teknologi.

Ketidak seragaman pengetahuan tersebut membuat beberapa mitra masih menjalankan usahanya dengan cara manual dan hanya berharap dari kenalan mereka untuk membeli produk mereka. Apabila ada yang sudah memanfaatkan teknologi, masih terdapat kendala dalam pelaksanaannya sehingga usaha mereka tidak memanfaatkan platform digital secara maksimal. Permasalahan kurangnya pengetahuan mereka dalam menggunakan dan memaksimalkan teknologi inilah yang menjadi kendala dalam mengembangkan usaha mereka. Selain itu berbagai kendala keadaan pandemi yang terjadi saat ini menjadi keterbatasan mereka dalam memilih langkah apa yang harus dilakukan untuk mengatasi setiap masalah.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Metode pelaksanaan PKM ini dilaksanakan dengan metode pendampingan dan wawancara. Metode pendampingan diberikan dalam bentuk pengenalan teknologi digital E-Commerce dalam bentuk seminar *online*. Walaupun beberapa mitra UMKM sudah ada yang menggunakan beberapa teknologi digital yang ada namun terkadang mitra tidak sadar bahwa apa yang digunakan tersebut adalah E-Commerce atau bukan. Apakah sudah maksimal penggunaan teknologi tersebut atau memang ada beberapa yang belum digunakan.

Metode kedua adalah pendampingan dalam bentuk diskusi dan wawancara. Dengan adanya diskusi ini ketua tim dapat mengetahui keadaan UMKM dan memberikan solusi atau pendampingan terhadap masalah tersebut secara langsung. Kedua pendampingan ini dilaksanakan secara daring melalui media Zoom.

Metode pendampingan pemaparan materi E-Commerce dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan pemahaman penggunaan teknologi digital dan bagaimana memaksimalkan teknologi untuk menjalankan usaha [5]. Metode pendampingan dengan cara konsultasi dalam bentuk diskusi dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan mitra dalam memahami masalah dalam usaha mereka dan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah tersebut dengan bantuan teknologi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

PKM UMKM Jambi merupakan serangkaian kegiatan besar yang diselenggarakan oleh Universitas Tarumangara. Kegiatan ini terbagi menjadi beberapa topik besar. Fakultas Teknologi Informasi Untar bertugas untuk memberikan pendampingan mengenai pengenalan E-Commerce. FTI Untar melaksanakan kegiatan ini dengan membagi kelompok UMKM Jambi dikarenakan jumlah UMKM mencapai 300 UMKM. Setiap kelompok diketuai dan dikoordinir oleh dosen dari Fakultas Teknologi Informasi Untar. Kelompok A3 adalah UMKM yang diketuai oleh Viny Christanti M.

Kegiatan PKM dilaksanakan pada bulan Agustus 2021. Kegiatan PKM meliputi kegiatan persiapan, kegiatan pendampingan dan diskusi solusi setiap mitra. Jadwal kegiatan pelaksanaan PKM:

1. Rapat persiapan : 31 Juli – 11 Agustus 2021
Persiapan PKM dilakukan oleh tim persiapan utama yang dikoordinasi oleh Bu Desi Arisandi
2. Persiapan materi : menyiapkan materi presentasi dilakukan oleh tim materi khusus PKM (Bu Desi Arisandi, Pak Manatap Dolok, Pak Novario)
3. Pelaksanaan PKM : 14 Agustus 2021, 19.00-21.00
Pelaksanaan PKM UMKM Jambi Kelompok A3 dilakukan oleh ketua PKM pada laporan ini yaitu Viny Christanti M. dan didampingi oleh mahasiswa Michael Nathan

Hari/Tanggal : Kamis, 14 Agustus 2021

Waktu : 19.00-21.00 WIB

Tempat : Daring Zoom

Join Zoom Meeting

<https://us02web.zoom.us/j/87304475456?pwd=RU1EempnMjZqa0oxaUpFNzFvYnh oZz09>

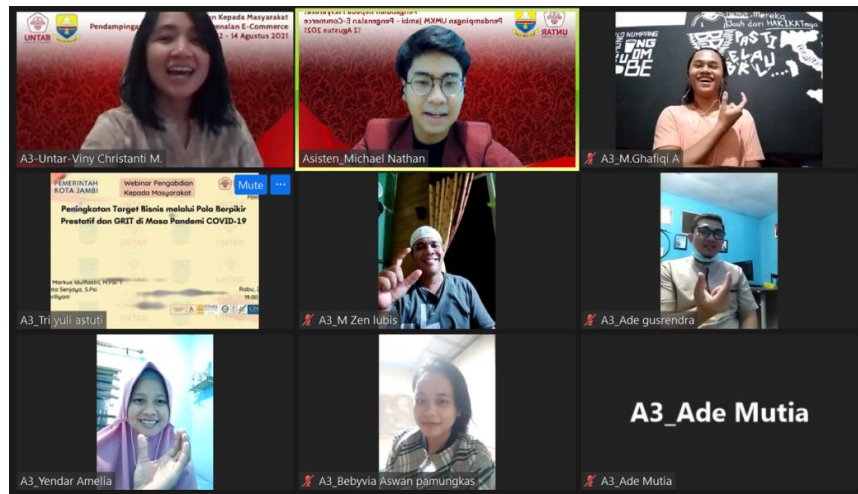
Meeting ID: 873 0447 5456

Passcode: PKM-FTI

Ketua tim pada PKM kelompok A3 ini memiliki tugas untuk mendampingi dalam pengenalan teknologi digital seperti E-Commerce dalam menjalankan bisnis. Tugas ini dilaksanakan dalam bentuk:

1. Seminar online: Pengenalan E-Commerce dalam Bisnis
2. Diskusi online: Membahas masalah setiap usaha UMKM dan pemaparan solusi masalah tersebut

Kegiatan seminar *online* dilaksanakan pada tanggal 14 Agustus 2021 dan dihadiri oleh 7 peserta dari 14 peserta lainnya (Lampiran 1 daftar hadir). Beberapa mitra tidak dapat hadir dalam acara ini dikarenakan ada keadaan mendesak dan kepentingan lainnya. Walaupun peserta tidak hadir namun beberapa hal sudah dilakukan analisis mengenai keadaan usaha mereka. Foto kegiatan seminar *online* dapat dilihat pada gambar 1. Kegiatan ini diawali dengan pengenalan pada gambar 2 dan survei dalam bentuk wawancara untuk mengetahui keadaan UMKM saat ini. Rangkuman hasil wawancara dapat dilihat pada lampiran 2.



Gambar 1. Foto kegiatan seminar *online*



Gambar 2. Perkenalan Mitra UMKM dengan Ketua Tim

Pemaparan mengenai materi model penggunaan teknologi digital seperti E-Commerce dilakukan kurang lebih selama 30 menit. Pada pemaparan ini diberikan penjelasan teknologi seperti apa saja yang dapat digunakan untuk membantu menjalankan usaha (gambar 3) dan apa saja yang sebenarnya ada dalam E-Commerce (gambar 4).



Gambar 3. Teknologi Digital yang dapat digunakan

Apa yang dapat dilakukan dengan *e-commerce*

1. Automasi: menggantikan proses/transaksi manual
2. Integrasi: membuat transaksi lebih efektif dan efisien
3. Publikasi: komunikasi dan promosi produk/jasa
4. Interaksi: komunikasi antara penjual dan pembeli
5. Transaksi: kesepakatan jual beli antara penjual dan pembeli



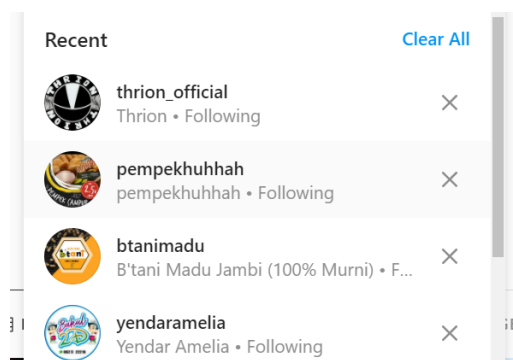
Gambar 4. Fungsi dari E-Commerce

Setelah pemaparan mengenai pengenalan E-Commerce, pada seminar ini juga dilakukan kegiatan diskusi mengenai keadaan mitra saat ini. Hasil survei dan wawancara dapat dilihat pada lampiran 2 dan 3. Dengan melakukan diskusi ini tim PKM dapat membantu memberikan konsultasi dan solusi dalam menerapkan teknologi dalam usahanya. Kegiatan ini ditutup dengan memberikan permainan dalam bentuk games tebak kata untuk menstimulasi kreativitas agar bisa lebih membuka diri untuk melihat berbagai peluang.

Hasil yang diharapkan dari PKM ini adalah mitra mendapatkan peningkatan pengetahuan dan pemahaman ap aitu pemanfaatan teknologi digital E-Commerce untuk menjalankan usaha mereka. Mitra mendapat masukan mengenai teknologi apa yang dapat diterapkan dalam menjalankan usaha pada masing-masing bidang. Mitra mendapatkan masukan mengenai apa saja yang masih dapat dikembangkan dengan teknologi yang sudah mereka gunakan saat ini.

Berdasarkan hasil survei pada lampiran 2, 6 dari 7 mitra sudah menggunakan teknologi Messaging Whatsapp untuk memasarkan dan menerima pesanan produk. Sehingga mitra sudah mulai menggunakan teknologi dalam menjalankan bisnisnya. Masih ada juga satu mitra yaitu Cake Mommy yang meletakan produk di pasar. Penjualan hanya bergantung apakah ada pengunjung yang membeli kue di pasar tersebut.

Dari 6 mitra yang sudah menggunakan WA, juga sudah menggunakan sosial media untuk mempromosikan produknya. Mereka secara umum menggunakan Instagram dan Facebook sebagai aplikasi yang mereka ketahui untuk memasarkan produk. Pada gambar 5 dapat dilihat beberapa akun yang dapat dilihat di Instagram. Walaupun penggunaan dari Instagram sudah dilakukan ada beberapa hal yang belum diperhatikan dari penggunaan Instagram ini.

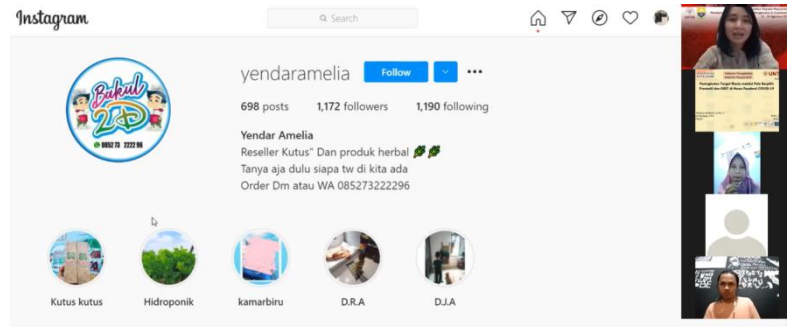


Gambar 5. Akun Mitra di Instagram

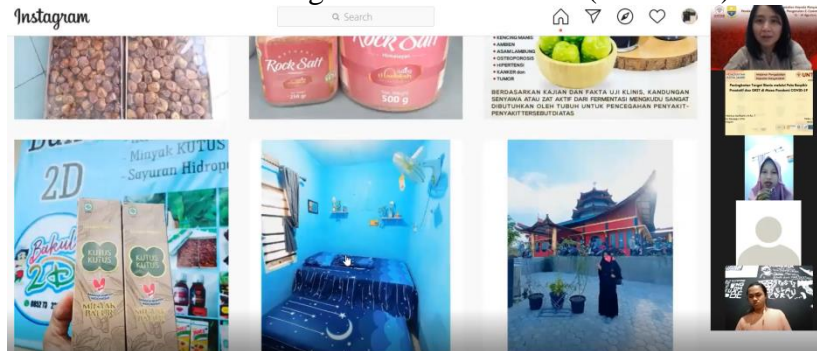
Beberapa kurang maksimalnya dalam penggunaan Instagram adalah:

1. Masih menggunakan akun pribadi pada Instagram

Pada gambar 6 dapat dilihat akun dari UMKM Bakul 2D yang menjual beberapa produk herbal. Penggunaan Instagram masih menggunakan nama pribadi walaupun sudah menggunakan logo toko. Dampak penggunaan akun pribadi ini adalah masih tercampurnya konten produk dengan konten pribadi seperti dilihat pada gambar 7.

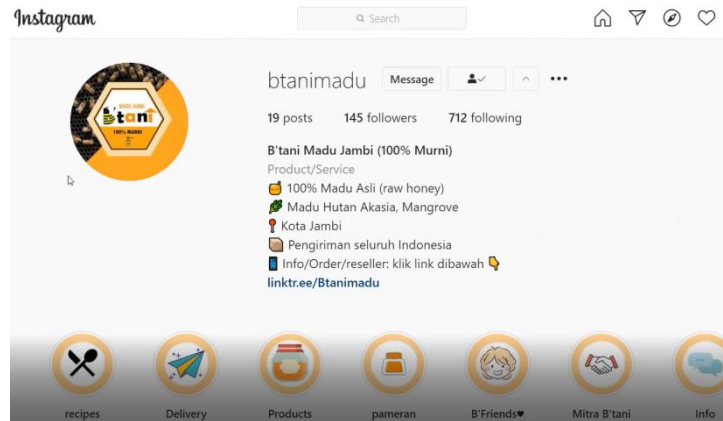


Gambar 6. Instagram Yendar Amelia (Bakul 2D)

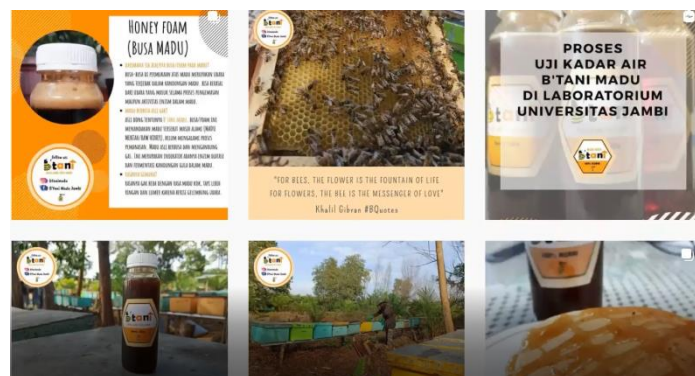


Gambar 7. Foto pribadi yang muncul pada postingan produk

2. Sudah menggunakan akun official namun jumlah post masih sedikit
UMKM Thrion yang berjualan baju sudah menggunakan akun dengan nama UMKM sendiri. Akun terpisah dari akun pribadi, namun jumlah postingan produk dan deskripsi dari mitra masih sedikit dan tidak menggunakan informasi yang maksimal
3. Masih belum menggunakan beberapa fitur di Instagram dengan maksimal
UMKM B'tani Madu merupakan salah satu mitra yang sudah menggunakan akun khusus produk dan memaksimalkan penggunaan setiap fitur di Instagram. Dapat dilihat pada gambar 8 pada laman utama akun Instagram Btani Madu sudah menampilkan informasi mengenai madu yang dijual. Informasi lengkap dengan menampilkan lokasi, cara info atau order dan pada akun juga disertakan dengan link untuk masuk ke WA. Pada gambar 9 juga dapat dilihat akun ini sudah dilengkapi dengan berbagai foto produk sampai foto mengenai proses produksi madu dari sarang lebahnya. Foto produkpun sudah dibagi dalam kelompok yang jelas agar memudahkan pembeli untuk melihat berdasarkan kategori tersebut.

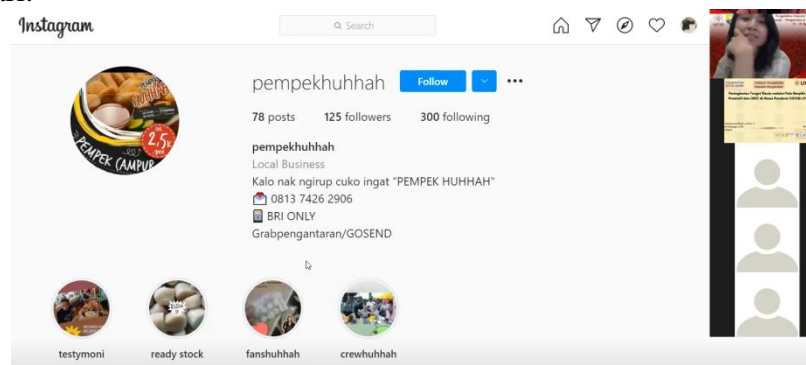


Gambar 8. Akun Btani Madu



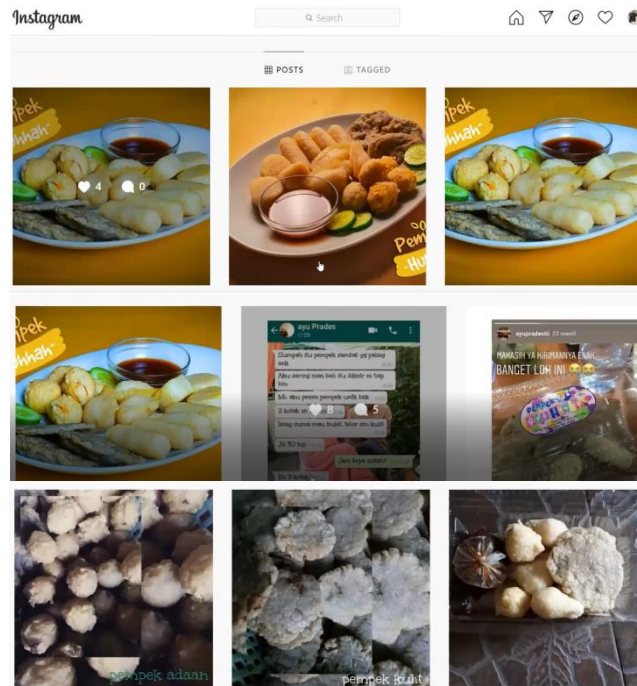
Gambar 9. Foto posting produk

Sedangkan untuk gambar 10 dapat dilihat pempek huhhah merupakan UMKM kuliner berjualan pempek sudah menggunakan akun sendiri namun ada informasi disana kurang lengkap seperti lokasi dimana dan terbuat dari apa pempek ataupun siapkah diantar ke seluruh Indonesia atau hanya lokal Jambi saja. Foto produk sudah terkategori namun tidak dikategorikan lebih detail. Misalkan kategori berdasarkan menu, berdasarkan jenis atau lainnya yang memudahkan pengguna mencari.



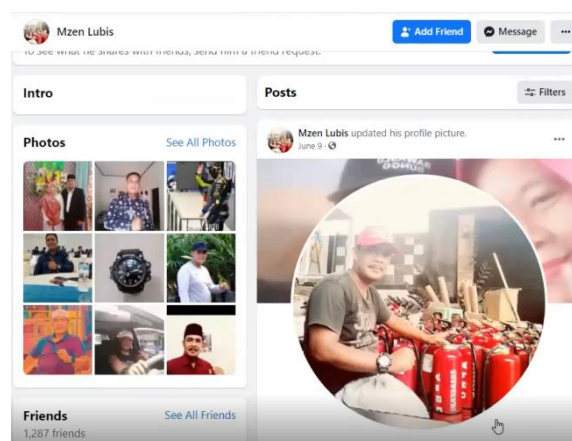
Gambar 10. Foto Pempek Huhhah

UMKM ini juga sudah menggunakan foto produk yang beragam mulai dari yang masih mentah dan sampai yang sudah siap saji. Foto sudah tertata dengan baik dan sudah memberikan tampilan yang menarik seperti pada gambar 11. Akun Instagram ini bisa lebih ditingkatkan lagi dengan menggunakan fitur-fitur teknologi digital yang ada di dalam Instagram seperti video produk, reels dan lainnya.



Gambar 11. Foto produk pempek

Selain menggunakan Instagram, sudah ada UMKM yang memasarkan produk dengan menggunakan Facebook seperti pada gambar 12. M. Zen Lubis mitra yang bergerak dibidang penjualan alat pemadam kebakaran Apar memasarkan produk melalui Facebook namun masih menggunakan akun pribadi.



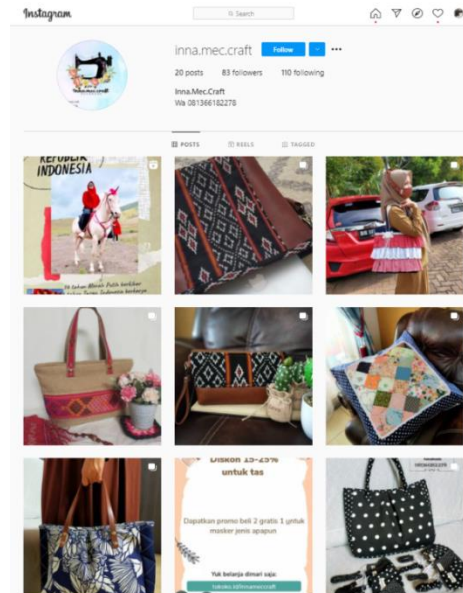
Gambar 12. Akun FB APAR bapak Lubis

Penggunaan teknologi digital memang sudah banyak digunakan oleh beberapa UMKM namun hanya sebatas WA, IG dan FB. Dengan adanya pendampingan ini beberapa pengetahuan dibagikan kepada UMKM bahwa penggunaan teknologi E-Commerce bukanlah sebatas penggunaan sosial media saja. Arah dari penggunaan sosial media adalah pemasaran. Sehingga terdapat kelemahan tidak terintegrasinya dengan sistem, laporan transaksi yang belum ada. Saat ini UMKM masih hanya mengandalkan hasil transaksi secara manual. Tentunya hal ini perlu dikembangkan agar usaha bisa didorong menjadi lebih maksimal.

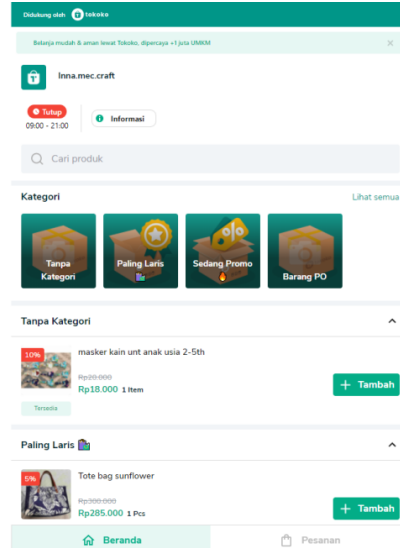
Beberapa UMKM ini masih mengandalkan sebatas WA dan Sosial Media, namun penggunaan kedua aplikasi tersebut tidak maksimal dan masih tidak memanfaatkan fitur-fitur yang ada didalam kedua aplikasi tersebut. Apabila 14 UMKM ini masih dapat melanjutkan pendampingan

maka pendampingan dapat dilakukan lebih detil. Pendampingan dapat dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan setiap aplikasi secara detil.

Walaupun dari mitra ini belum terlihat memahami secara dalam mengenai apa itu E-Commerce, sudah ada satu mitra yang terlihat mulai menggunakan beberapa fasilitas E-Commerce. Seperti Inna Mec Craft yang dapat dilihat pada gambar 13 sudah memiliki akun IG tetapi masih belum menggunakan semua fitur yang ada.



Gambar 13. IG dari UMKM Inna Mec Craft



Gambar 14. Tokoko.id untuk UMKM Inna Mec Craft

Walaupun mitra ini tidak dapat hadir tetapi dari analisis terhadap penggunaan E-Commerce dapat terlihat Inna Me Craft sudah menggunakan fasilitas pembuatan E-Commerce menggunakan portal Tokoko.id. Pada gambar 14 dapat dilihat Inna Mec Craft sudah mendaftarkan produknya menggunakan aplikasi tokoko.id, produk-produk sudah dapat dibeli melalui media E-Commerce tersebut. Walaupun sudah mulai menggunakan E-Commerce terlihat katalog produk belum lengkap dan belum terlihat deskripsi produk dengan baik.

Berdasarkan hasil pendampingan dapat dirangkum beberapa hasil analisa penggunaan teknologi digital dari 14 mitra UMKM Jambi yaitu:

1. Masih belum menggunakan teknologi
2. Sudah menggunakan beberapa media percakapan WA namun masih menggunakan nomor pribadi
3. Sudah menggunakan Instagram namun masih menggunakan nama pribadi dan tercampur dengan foto lainnya
4. Sudah ada IG Official namun foto produk belum banyak dibagikan
5. Promosi produk masih di FB pribadi
6. Instagram dan aplikasi e-commerce sudah digunakan namun tidak maksimal

Penggunaan teknologi digital yang belum dilakukan secara merata disebabkan adanya beberapa hambatan yaitu:

1. Penggunaan teknologi belum cocok karena masih di pasar jualannya
2. Usaha baru dijalankan (Thrion dijalankan oleh anak muda yang masih sekolah dan baru mulai dijalankan selama 1 bulan)
3. Ketersediaan barang tidak sesuai dengan kemampuan sumber daya (Dapur Hot dibuat karena adanya pandemi sehingga masih ada kerja lain)
4. Pengiriman barang ke luar kota yang masih harus memikirkan bagaimana pengemasan produk agar bisa tahan lama sehingga belum berani menjual di E-Commerce secara luas (Btani Madu)
5. Belum tahu adanya fitur-fitur lainnya yang dapat berguna (Pempek Huhhah menggunakan IG dibantu oleh rekan lainnya dalam update produk)
6. Kurangnya dana dalam menjalankan usaha (Apar berjualan dimasa pandemi melihat situasi apa masih bisa bertahan)

Berdasarkan hasil analisis ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi digital tidak dapat langsung diterapkan pada semua usaha. Ada beberapa usaha yang belum bisa menerapkan teknologi karena ketersediaan barang yang belum mencukupi. UMKM yang sudah menerapkan teknologi digital berarti harus siap untuk memastikan ketersediaan barang dan memiliki orang yang mampu menggunakan teknologi tersebut. UMKM harus bisa memiliki penjadwalan yang baik dalam mengupdate konten dalam E-Commerce yang digunakan, harus memahami cara menggunakan teknologi tersebut dan memikirkan setiap konten yang akan dimasukkan dalam setiap aplikasi.

Kegiatan ini ditutup dengan berkumpul bersama tim dari PKM kelompok lainnya untuk dapat berdiskusi hasil analisis pendampingan dan membahas bagaimana keberlanjutan program PKM setiap kelompok.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian kepada 14 UMKM Jambi sebagai mitra produktif ekonomi ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai penggunaan teknologi digital yang sesuai dengan usaha masing-masing. Tidak semua UMKM dapat menerapkan teknologi secara langsung dan menggunakan E-Commerce secara menyeluruh. Perlu disadari bahwa setiap usaha UMKM memiliki karakteristik, hambatan, kemampuan dan pangsa pasar tersendiri. Tidak semua aplikasi dalam teknologi digital dapat langsung diterapkan tanpa ada analisis keadaan.

Hasil luaran pengabdian terhadap kelompok mitra UMKM Jambi kelompok A3 adalah meningkatnya pengetahuan pemilik mitra untuk lebih memahami teknologi apa yang cocok dengan keadaan UMKM mereka masing-masing. Pemilik mitra dapat melihat apakah saat ini UMKM mereka sudah sepenuhnya menerapkan E-Commerce atau masih hanya dalam tahap awal. Dengan adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan melihat kedalam kondisi teknologi digital ini mitra dapat dengan sadar mengerti dan memahami segala kendala, kondisi

dan keuntungan dari setiap teknologi digital dan memilih mana yang paling cocok bagi mereka. Mitra memperhitungkan dengan segala kondisi apakah mampu menggunakan teknologi tersebut dan bagaimana langkah untuk memaksimalkan dari penggunaan teknologi digital yang saat ini mereka sudah gunakan.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih kepada LPPM Untar khususnya divisi pengabdian kepada masyarakat yang telah mendukung pendanaan kegiatan ini. Terima kasih kepada tim penyusun materi, asisten pelaksana dan seluruh pihak yang ikut terlibat dalam kegiatan PKM ini.

REFERENSI

- Laura Hardilawati, Wan, 2020. "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19." *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika* 10, no. 1(2020) , pp: 89-98.
- Rifai, Zanuar, and Dwi Meiliana. "Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid-19." *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 4 (2020): 604-609.
- Rino, Launching Galeri Wirausaha Unggulan Jambi Pj Gubernur Dorong Pertumbuhan UMKM, Diakses dari <https://jambiprov.go.id/berita-launching-galeri-wirausaha-unggulan-jambi-pj-gubernur-dorong-pertumbuhan-umkm>.
- Solmi. Jambi Dorong UMKM Mulai Berbisnis Digital. Diakses dari <https://mediaindonesia.com/nusantara/322916/jambi-dorong-umkm-mulai-berbisnis-digital>
- Widyoko, M., Bantuan UMKM 2021 Kota Jambi Telah Daftarkan 8.300 UMKM, Berikut Persyaratannya. Diakses dari <https://jambi.tribunnews.com/2021/07/15/bantuan-umkm-2021-kota-jambi-telah-daftarkan-8300-umkm-berikut-persyaratannya>.