

## PENGUNAAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN USAHA UMKM JAMBI DI TENGAH PANDEMI

Viny Christanti M

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

### ABSTRACT

*Jambi MSMEs are one of the MSMEs that need support in dealing with this pandemic. FTI Untar helped several Jambi SMEs who needed assistance to increase their knowledge in running a business during this pandemic. These MSMEs also need assistance in overcoming problems in running a business by utilizing social media. Although there are many social media used in running businesses in various fields, it should be realized that not all MSMEs can directly apply the use of social media. Limited human resources, limited ability to use technology, geographical conditions that are not possible or the availability of products that can be met affect the ability of MSMEs to use social media. Eleven Jambi UMKM partners who are members of group B1 need assistance in using and maximizing the use of social media to support their businesses. In this service, assistance is provided in the form of material presentation about E-Commerce which can be started from the use of social media and choosing the right solution in the use of social media. The presentation of the material is carried out in the form of an online seminar that conveys the differences between E-Commerce and the various applications that can support the technology. Suggestions regarding possible solutions are given in the form of discussions with each partner who attends this online meeting room. The expected end result is that eleven partners can gain knowledge about whether they are currently using E-Commerce technology. In addition, it is hoped that partners can help to think about whether solutions for using social media can be carried out and how they can maximize the use of social media.*

**Keywords:** Social Media, Jambi SMEs

### ABSTRAK

UMKM Jambi merupakan salah satu UMKM yang membutuhkan dukungan dalam menghadapi masa pandemi ini. FTI Untar membantu beberapa UMKM Jambi yang membutuhkan bantuan untuk meningkatkan pengetahuan dalam menjalankan usaha saat pandemi ini. UMKM ini juga membutuhkan pendampingan dalam mengatasi masalah dalam menjalankan usaha dengan memanfaatkan sosial media. Walaupun sudah banyak sosial media yang digunakan dalam menjalankan usaha diberbagai bidang, perlu disadari bahwa tidak semua UMKM dapat langsung menerapkan penggunaan sosial media tersebut. Keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan kemampuan dalam menggunakan teknologi, keadaan geografis yang tidak memungkinkan atau ketersediaan produk yang dapat dipenuhi mempengaruhi kemampuan UMKM dalam menggunakan sosial media. Sebelas mitra UMKM Jambi yang tergabung dalam kelompok B1 membutuhkan pendampingan dalam menggunakan dan memaksimalkan penggunaan sosial media dalam mendukung usaha mereka. Dalam pengabdian ini diberikan pendampingan dalam bentuk pemaparan materi mengenai E-Commerce yang dapat dimulai dari penggunaan sosial media dan memilih solusi apa yang tepat dalam penggunaan sosial media. Pemberian pemaparan materi dilakukan dalam bentuk seminar online yang menyampaikan apa perbedaan E-Commerce dan berbagai aplikasi yang dapat mendukung teknologi tersebut. Pemberian saran mengenai solusi yang dapat dilakukan diberikan dalam bentuk diskusi dengan setiap mitra yang hadir ruang pertemuan online ini. Hasil akhir yang diharapkan adalah sebelas mitra dapat memperoleh pengetahuan mengenai apakah mereka saat ini sudah menggunakan teknologi E-Commerce. Selain itu diharapkan mitra dapat membantu untuk memikirkan apakah solusi penggunaan sosial media dapat dilakukan dan bagaimana mereka dapat memaksimalkan penggunaan sosial media.

**Kata kunci:** Sosial Media, UMKM Jambi

### 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang dilakukan secara individu, rumah tangga atau usaha dalam skala kecil [1]. Saat pandemi dimulai semenjak tahun 2020, banyak orang yang mulai kehilangan pekerjaan. Masyarakat yang terkena dampak pandemi dari sisi pekerjaan mulai melakukan berbagai usaha untuk memperoleh penghasilan. Salah satu usaha yang dilakukan adalah membangun usaha rumahan atau usaha yang berawal dari lingkungan sendiri.

Masyarakat yang awalnya masih bekerja kemudian disaat pandemi dirumahkan, mencoba untuk berjualan berdagang sesuai kemampuannya mereka masing-masing. Selain para pekerja yang terkena dampak pandemi, para UMKM yang sudah berjalan pun mengalami berbagai permasalahan terkait keadaan pandemi ini [1]. Walaupun dengan berbagai keadaan seperti pembatasan dalam beraktifitas yang saat ini terjadi, UMKM tetap terus harus menjalankan usahanya untuk mendapatkan pemasukan.

Pembatasan ruang publik yang diberlakukan oleh pemerintah membuat berbagai kegiatan tidak lagi bisa dilakukan seperti umumnya. Masyarakat tidak lagi bebas keluar rumah dan beraktifitas. Walaupun aktifitas dibatasi oleh pemerintah, beberapa kegiatan esensial masih diijinkan dan dapat dilakukan dengan batasan dan prosedur kesehatan yang cukup ketat.

Jambi adalah provinsi yang terletak di timur tengah pulau Sumatra dan memiliki ibukota Jambi. Kota Jambi merupakan kota yang memiliki sungai yang membelah kota tersebut. Sungai Batanghari membagi dua Kawasan kota Jambi. Jembatan Aur Duri adalah jembatan yang menghubungkan kedua Kawasan tersebut. Keadaan geografis dan keunikan kota Jambi ini membuat Jambi juga menjadi salah satu kota yang menarik parawisatawan untuk berkunjung. Namun Jambi merupakan salah satu kota yang juga terkena dampak pandemi dan menetapkan pembatasan aktifitas masyarakatnya [2]. Sehingga sektor pariwisata pun tertutup dan mengurangi pemasukan bagi kota Jambi sendiri [3].

Jambi juga merupakan kota yang memiliki banyak UMKM. Pemerintah daerah Jambi terus berupaya meningkatkan UMKM Jambi dengan berbagai cara. Dikutip dari laman Republika, pemerintah menyiapkan dana sampai 1.5 milyar untuk membantu UMKM Jambi [4]. Penyaluran bantuan tersebut disalurkan melalui Dinas Koperasi dan UKM di masing-masing kabupaten untuk diserahkan kepada UMKM yang terdaftar. Selain bantuan dana, pemerintah terus membantu meningkatkan kemampuan dan pengetahuan para pelaku UMKM agar dapat meningkatkan pemasukan mereka. Peningkatan kemampuan diberikan dalam berbagai bentuk seperti memberikan pelatihan bagi pelaku pemula kewirausahaan [5]. Pembekalan dan peningkatan kemampuan para pelaku UMKM sangat dibutuhkan dimasa pandemi ini agar masyarakat dapat terus melangsungkan kehidupannya.

Jambi merupakan kota yang memiliki 11 kabupaten. Setiap kabupaten memiliki berbagai jenis UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi masing-masing kabupaten. Setiap daerah memiliki ciri masing-masing dan UMKM tersebar diberbagai kabupaten tersebut. UMKM di Jambi mendapatkan berbagai bantuan dari pemerintah daerah dalam berbagai bentuk. Namun disaat pandemi ini tentunya banyak keterbatasan yang membatasi ruang gerak setiap UMKM. Dalam keadaan pandemi, banyak UMKM tidak dapat menjalankan usaha mereka dan meningkatkan penjualan produk mereka.



Gambar 1. Peta Beberapa Kabupaten Jambi

Melihat keadaan pandemi seperti ini, tentunya membuat bentuk usaha pun harus berubah. Toko yang tidak boleh lagi beroperasi seperti biasa, warung-warung makan yang harus merubah menjadi pesan antar, warung-warung harus berpindah tempat, karyawan yang tidak lagi bekerja penuh waktu dan banyak perubahan bentuk usaha yang terjadi. Saat masyarakat Jambi menghadapi masalah ini belum tentu mereka bisa mengatasi hal tersebut.

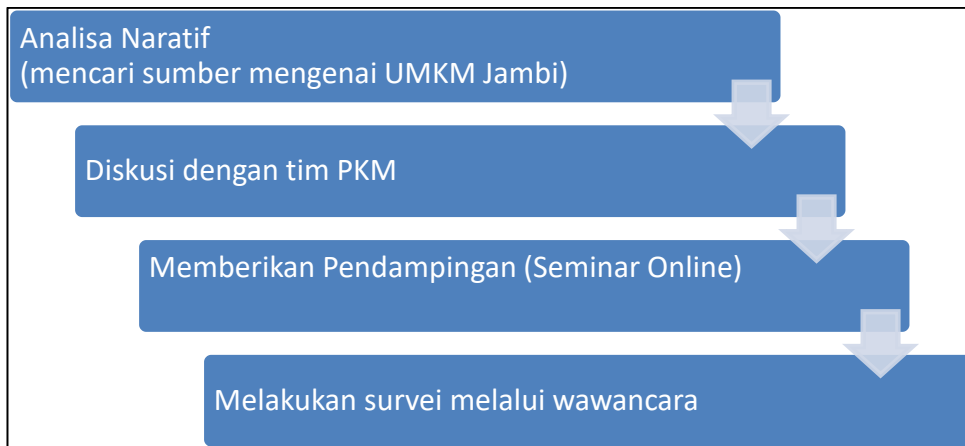
Berbagai kendala dan belum terjangkaunya daerah-daerah tertentu dengan teknologi dan pengetahuannya membuat UMKM masih menggunakan cara yang lama dalam berjualan. Misalkan hanya karena kenal atau hanya berjualan di daerah tetangga dan sekitarnya. Berbagai keterbatasan ini menyebabkan pelaku UMKM hanya bergantung dari kebiasaan secara umum cara mereka berjualan. Misalkan dari mulut ke mulut atau karena tetangga atau karena sudah langganan. Permasalahan lain juga muncul disaat mereka tidak dapat menangani permintaan pasar terkait kebutuhan produk atau jasa tersebut.

Universitas Tarumanagara bekerjasama dengan pemerintah daerah Jambi mencoba membantu memberikan berbagai pembekalan dan pendampingan yang dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuan UMKM Jambi. Fakultas Teknologi Informasi Untar, melihat bahwa salah satu solusi yang dapat diberikan kepada pelaku UMKM adalah pendampingan terkait pengenalan mengenai E-Commerce. Saat ini mayoritas masyarakat Indonesia sudah mengenal berbagai penjualan online namun sejauh mana pelaku UMKM Jambi menggunakan dan mengimplementasikannya mungkin belum maksimal.

Sosial media adalah salah satu media penjualan online yang paling mudah untuk dilakukan. Namun apakah penggunaan ini sudah maksimal dan sesuai dengan keadaan lingkungan Jambi ini yang perlu diberikan kepada para UMKM sebagai pendampingan. Melihat keadaan para pelaku UMKM ini tidak merata mulai dari ibu-ibu, orang tua sampai generasi muda, maka FTI Untar perlu membantu dalam memberikan pendampingan kepada UMKM Jambi agar dapat melihat apakah solusi E-Commerce apa yang tepat untuk meningkatkan usaha mereka. Sebelum dapat mengetahui E-Commerce apa yang tepat maka pendampingan pengenalan E-Commerce akan diberikan untuk memberikan pengetahuan lebih luas mengenai tingkat E-Commerce.

## **2. METODE PELAKSANAAN PKM**

Pelaksanaan PKM ini dilakukan dengan metode pendampingan masyarakat UMKM melalui pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM Jambi. Tahapan metode ini dilakukan dengan melakukan analisis naratif dan survei melalui wawancara. Pada tahapan pertama, ketua tim PKM ini melakukan kajian literatur, mencari sumber-sumber mengenai UMKM Jambi melalui website pemerintah daerah Jambi, mendengarkan latar belakang secara tidak langsung dari hasil diskusi Untar dengan pemerintah daerah mengenai keadaan UMKM Jambi. Pada tahap ini ketua tim PKM ini mencoba membangun hubungan berdasarkan sumber tersebut untuk memahami keadaan dan masalah yang ada di UMKM Jambi. Tahap kedua adalah berdiskusi dengan tim PKM dari Untar dan FTI. Hasil diskusi dan penyampaian latar belakang UMKM Jambi dipaparkan secara lisan oleh tim yang sudah lebih dahulu berkomunikasi dengan mitra UMKM Jambil. Pelaksanaan selanjutnya adalah memberikan pendampingan dalam bentuk seminar online untuk memberikan pengenalan mengenai apa itu E-Commerce. Setelah memberikan pengenalan mengenai E-Commerce, pendampingan selanjutnya diberikan dalam bentuk wawancara dan diskusi. Secara tidak langsung proses survei dilakukan untuk menangkap keadaan UMKM 15 mitra tersebut. Dalam proses wawancara disampaikan juga masukan dan saran apa saja yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan usaha mereka.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosial Media adalah tahapan pertama dalam E-Commerce [6]. Secara keseluruhan sosial media merupakan salah satu media yang paling umum dan dimiliki oleh masyarakat, Bagaimana penggunaan sosial media tersebut? Bagaimana cara menggunakan sosial media yang sesuai untuk bidang usaha? Materi ini yang kemudian akan disampaikan kepada mitra UMKM Jambi.

#### Tahapan Model E-Commerce



Gambar 3. Materi Model E-Commerce

Kegiatan pendampingan UMKM Jambi dilakukan sebagai rangkaian kegiatan mulai dari persiapan materi pendampingan dan penyampaian materi pendampingan. Persiapan materi pendampingan dilakukan oleh tim panitia yaitu Ibu Desi Arisandi, Bapak Manatap Dolok dan Bapak Novario. Kegiatan penyampaian materi dilakukan dalam kelompok-kelompok. Pada kegiatan PKM ini tim PKM mendapatkan kesempatan untuk mendampingi 15 mitra yang tergabung dalam kelompok B1.

Kegiatan pendampingan dilakukan secara online. Kegiatan dilaksanakan:

Hari/Tanggal : Kamis, 12 Agustus 2021

Waktu : 19.00-21.00 WIB

Tempat : Daring Zoom

Join Zoom Meeting

<https://us02web.zoom.us/j/87304475456?pwd=RU1EempnMjZqa0oxaUpFNzFvYnhoZz09>

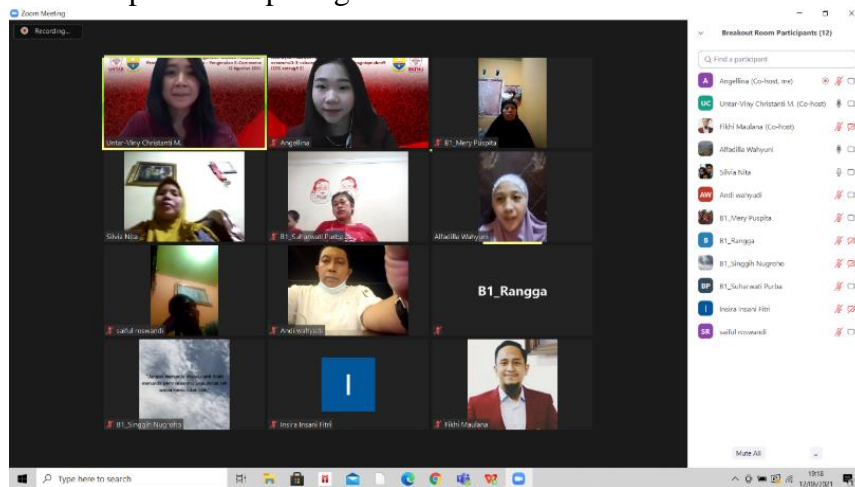
Meeting ID: 873 0447 5456

Passcode: PKM-FTI

Kegiatan PKM ini dibantu oleh satu orang mahasiswa Teknik Informatika Angelina (535190018). Kegiatan berlangsung selama 2 jam, dengan susunan acara sebagai berikut:

- 19.00-19.30 : Perkenalan (Mitra memasuki ruang Zoom)
- 19.30-20.00 : Pemaparan mengenai pengetahuan E-Commerce
- 20.00-21.00 : Survei mitra melalui wawancara dan diskusi
- 21.00 : Penutupan

Kegiatan berjalan dimulai tepat waktu walaupun ada beberapa peserta yang terlambat masuk dikarenakan masalah sinyal. Kegiatan pendampingan online ini dihadiri oleh 11 mitra UMKM. Empat mitra UMKM lainnya tidak dapat hadir dikarenakan adanya kegiatan lainnya yang harus dilakukan. Peserta yang hadir terdiri dari 7 mitra UMKM dibidang kuliner, 2 mitra UMKM dibidang distribusi pangan dan 2 mitra UMKM dibidang sandang. Foto mitra pada pendampingan online dapat dilihat pada gambar 4.



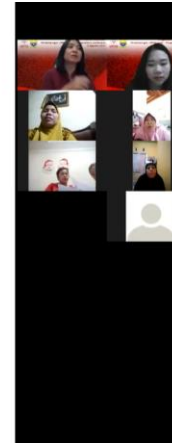
Gambar 4. Foto bersama Mitra Peserta Webinar

Pada pembekalan pengetahuan, tim PKM memaparkan pengertian E-Commerce dan model E-Commerce apa saja yang dapat digunakan. Sosial media sebenarnya juga merupakan salah satu penerapan E-Commerce paling mudah dan sederhana. Sosial media adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content [7].

UMKM yang sudah menggunakan sosial media artinya sudah merupakan UMKM yang memanfaatkan teknologi untuk berbagi informasi dan berinteraksi dengan konsumen melalui media online. Namun ada beberapa keterbatasan dalam penggunaan sosial media dikarenakan tidak adanya fitur atau fasilitas yang memenuhi kriteria E-Commerce yang seutuhnya seperti dapat dilihat pada paparan gambar 5. Tidak adanya menu untuk melakukan transaksi secara online dan terintegrasi. Sosial media belum memiliki fasilitas pelaporan transaksi dan keuangan secara lengkap.



## Penggunaan e-commerce



Gambar 5. Penjelasan apa saja yang ada dalam E-Commerce

Sosial media yang umum digunakan adalah Whatsapp, Instagram, Facebook dan lainnya [7]. Hasil wawancara dengan mitra UMKM 8 dari 11 mitra sudah menggunakan sosial media Whatsapp dalam melakukan penawaran produk. Namun hanya 3 mitra yang menggunakan Instagram atau Facebook. Hasil wawancara menemukan bahwa mitra UMKM masih menggunakan sosial media pribadi dalam mempromosikan atau menyebarkan informasi terkait produk mereka. Seperti ibu Henny Susnita menggunakan Facebook pribadinya untuk promosi produk makanannya (Tahu Mercon) seperti pada gambar 6.



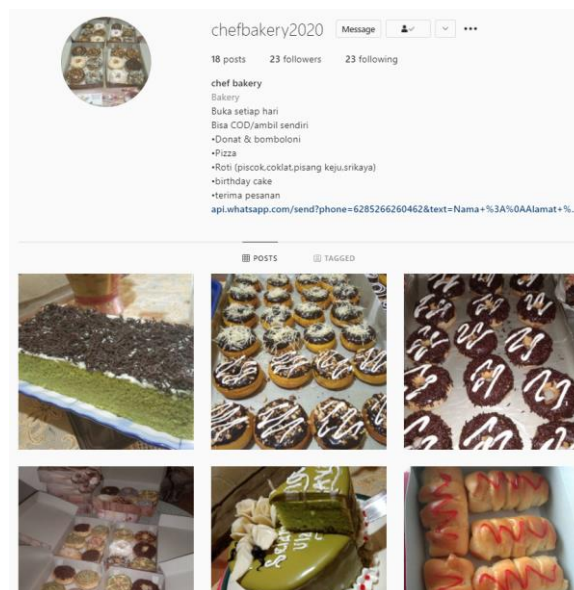
Gambar 6. UMKM Wamashe

Selain menggunakan Facebook pribadi, masih ada mitra lainnya yang menggunakan Whatsapp pribadi untuk berjualan. Penggunaan sosial media pribadi ini akan membuat tercampurnya kehidupan pribadi dan produk jualan seperti pada gambar 7, foto produk tercampur dengan foto sendiri. Penggunaan nomor Whatsapp pribadi juga membuat percakapan pribadi tercampur dengan produk yang dijual.



Gambar 7. Foto produk tercampur dengan foto pribadi

Berdasarkan survei dari 11 mitra UMKM, hanya satu mitra yang sudah menggunakan sosial media khusus untuk berjualan produknya. Pak Andi Wahyudi sebagai pemilik UMKM kuliner Bernama Chef Bakery, sudah menggunakan Instagram khusus untuk mempromosikan produknya yang terlihat pada gambar 8. Walaupun sudah menggunakan Instagram, proses pemesanan dan pembelian dilakukan melalui Whatsapp.



Gambar 8. Instagram Chef Bakery milik Andi Wahyudi

Pendampingan yang disampaikan kepada para mitra UMKM ini adalah apabila masih hanya dapat menggunakan sosial media sebagai salah satu media E-Commerce maka disarankan untuk menggunakan nomor Whatsapp pribadi atau bisnis yang berisi data yang lebih fokus pada produk yang dijual. Sehingga tidak tercampur antara urusan pribadi dan usahanya. Gunakan fitur-fitur yang ada dalam aplikasi tersebut secara maksimal dan apabila memungkinkan melakukan koneksi dengan Facebook, Instagram atau media lainnya seperti yang dipaparkan pada gambar 9.

### Tahap 1: Messaging (WhatsApp, Line, dsb)



**WhatsApp for Business**

- Fitur Katalog untuk menyimpan foto-foto produk/jasa
  - Harga,
  - Kode Produk, dan
  - Link untuk masuk ke dalam website pribadi / Facebook / Instagram / Marketplace

**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara  
UNTAR untuk INDONESIA

Gambar 9. Pemaparan mengenai penggunaan Whatsapp yang sesuai dengan bisnis

Apabila sudah menggunakan media sosial lainnya maka dapat melakukan posting produk atau foto yang membagikan konten mengenai produk secara rutin. Sehingga media sosial terlihat lebih profesional dan aktif.

### Tahap 3: Media Sosial

- **Facebook**
  - Fitur
    - posting terjadwal → memungkinkan membagikan konten terkait produk pada jam-jam optimal dimana calon konsumen sedang online.
    - Facebook 360 → posting akan semakin menarik dengan adanya foto, ilustrasi dan video panorama yang interaktif.
    - Facebook Messenger → chat langsung dengan calon konsumen
- **Instagram**
  - Fitur
    - Feed, Instagram Story, dan IG TV → Mengedarkan iklan produk secara live

Gambar 10. Pemaparan mengenai penggunaan Facebook dan Instagram yang profesional

Beberapa paparan tersebut masih memiliki kendala untuk dilakukan mitra dikarenakan keterbatasan kemampuan penggunaan teknologi, keterbatasan jumlah produk yang dapat disediakan dan waktu yang tidak cukup dikarenakan tidak fokus pada usaha yang dilakukan. Oleh karena itu setiap mitra UMKM memiliki kebutuhan dan solusi masing-masing yang sebaiknya disesuaikan kembali dengan apa yang akan dilakukan oleh mitra tersebut. FTI Untar akan mendampingi dan membantu apabila ada permintaan lanjutan lainnya.

## 4. KESIMPULAN

PKM pendampingan pengenalan E-Commerce kepada 15 mitra UMKM Jambi telah dilaksanakan dengan lancar. Pada kegiatan ini diketahui 72% mitra sudah menggunakan aplikasi percakapan online (Whatsapp) untuk memperkenalkan produk mereka. Sedangkan dari 72% mitra tersebut, 37.5% mitra sudah menggunakan sosial media lainnya (Instagram dan Facebook) untuk melakukan promosi produk.

Sosial media merupakan tahap awal bagi mereka untuk bisa menggunakan E-Commerce sebagai media penjualan online untuk dapat tetap mempromosikan produk mereka ditengah pandemi ini. Keterbatasan kemampuan teknologi dan penyediaan barang juga menjadi kendala mengapa



mereka tidak dapat melanjutkan penggunaan E-Commerce ke tahap yang lebih tinggi. Hal ini dapat terlihat hanya satu mitra saja yang sudah menggunakan media sosial terpisah yang khusus untuk memaparkan tentang produk mereka. Sedangkan mitra lain masih menggunakan sosial media pribadi yang akhirnya tercampur dengan kegiatan pribadi mereka.

Kesulitan lainnya dalam mengembangkan usaha ini adalah tidak mempunyai menyediakan produk sesuai jumlah pesanan karena masih menggunakan tenaga pribadi dan waktu yang terbatas. Sehingga mitra tidak berani meletakkan informasi produk mereka pada marketplace ataupun E-Commerce yang sudah ada.

Hasil dari analisa PKM ini dapat memberikan saran untuk melakukan pengkajian ulang kembali terhadap fokus mereka dalam mengembangkan usaha. Apabila mereka mau usahanya meningkat maka mereka harus memilih apakah akan mengerjakan usaha ini atau memilih untuk tetap bekerja pada pekerjaan lain. Apabila mereka akan fokus dalam usaha mereka masing-masing maka dapat mengembangkan penggunaan sosial media yang kemudian meingkat pada marketplace atau E-Commerce lainnya.

#### **Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)**

Terima kasih kepada bu Desi Arisandi, LPPM Untar dan tim Pengabdian yang telah membantu terlaksananya kegiatan PKM ini.

#### **REFERENSI**

- Admin Disnaker. Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku Usaha Pemula. Diakses dari <https://disnakerkop.jambikota.go.id/>
- Ilham, Ilham. 2020. "Kondisi Pengusaha Indonesia Ditengah Pandemi Covid-19." *Civic-Culture: Jurnal Ilmu Pendidikan PKN dan Sosial Budaya* 4, no. 1 Extra, pp: 59-68.
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. (2010) "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." *Business horizons* 53, no. 1, pp: 59-68.
- Oelietina, Oelietina, 2021. "PENGARUH PANDEMI COVID 19 TERHADAP PEREKONOMIAN PROPINSI JAMBI." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 9, no. 1, pp: 54-66.
- Prihadi, D. and Susilawati, A.D., 2018. Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), pp.15-20.
- Thaha, Abdurrahman Firdaus, 2020. "Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia." *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran* 2, no. 1, pp: 147-153.
- Zuraya, N. Provinsi Jambi Sediakan Rp 1,5 Miliar untuk Bantuan UMKM. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/qwwl5z383/provinsi-jambi-sediakan-rp-15-miliar-untuk-bantuan-umkm>.

Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2021  
Pengembangan Ekonomi Bangsa Melalui Inovasi Digital Hasil Penelitian dan  
Pengabdian Kepada Masyarakat  
Jakarta, 21 Oktober 2021



*(halaman kosong)*