



# PENGEMBANGAN UMKM DI KELURAHAN SEI JANG BERBASIS LITERASI DIGITAL PADA UMKM ARNI'S KITCHEN

Eko Murti Saputra<sup>1</sup>, Muqtafin<sup>2</sup>, Octojaya Abriyoso<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>STIE Pembangunan Tanjungpinang

Email: [ekom16278@gmail.com](mailto:ekom16278@gmail.com)

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received January 04, 2023

Revised January 19, 2023

Accepted January 22, 2023

Available online January 25, 2023

### Kata Kunci:

UMKM, Sei Jang, Literasi Digital

### Keywords:

UMKM, Sei Jang, Digital Literation



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by P3EM STIE Pembangunan Tanjungpinang

## ABSTRAK

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan literasi digital para pelaku usaha di Kelurahan Sei Jang Kota Tanjungpinang yang bergerak di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu UMKM yang ada di Kelurahan Sei Jang Kecamatan Bukit Bestari adalah UMKM CV.ADA. Pendekatan yang dilakukan dalam pengabdian ini antara lain melakukan survei, memberikan pelatihan, dan memberikan pendampingan langsung di lapangan. Tujuannya adalah untuk membekali pemilik UMKM dengan pengetahuan baru tentang cara mendigitalkan bisnis mereka, sebuah praktik yang harus diterapkan oleh semua UMKM. Literasi digital ini dapat diperoleh dengan biaya rendah atau tanpa biaya.

## ABSTRACT

*The purpose of this service is to increase the digital literacy of business actors in Sei Jang Village, Tanjungpinang City who are engaged in micro, small and medium enterprises (MSMEs). One of the MSMEs in Sei Jang Village, Bukit Bestari District, is CV.ADA UMKM. The approaches taken in this service include conducting surveys, providing training, and providing direct assistance in the field. The goal is to equip MSME owners with new knowledge on how to digitize their business, a practice that all MSMEs should adopt. This digital literacy can be obtained at low or no cost*

## 1. PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia mempunyai kontribusi yang penting sebagai penopang perekonomian. Penggerak utama perekonomian di Indonesia selama ini pada dasarnya adalah sektor UMKM. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan perekonomian daerah maupun pendapatan negara Indonesia. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM mampu meningkatkan perekonomian bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah.

Kota Tanjungpinang sebagai Ibukota Provinsi Kepulauan Riau menjadi salah satu kota dengan sektor UMKM yang menjadi penggerak utama perekonomian daerah dengan keanekaragaman yang melibatkan seluruh masyarakat dengan keragaman suku dan etnis, agama, dan adat budaya yang potensial. Dengan bertambahnya waktu, Kota Tanjungpinang penduduknya semakin padat hal ini disebabkan Kota Tanjungpinang dianggap sebagai daerah yang dapat meningkatkan taraf hidup mereka. Salah satu sektor yang diharapkan dapat menjadi tulang punggung Kota Tanjungpinang yaitu bidang usaha mikro kecil dan menengah, dimana peningkatan jumlah penduduk Kota Tanjungpinang membuat posisi daerah ini cukup strategis untuk perkembangan sektor tersebut. Kota Tanjungpinang memiliki 4 Kecamatan dan 18 Kelurahan, salah satu Kelurahan yang terdapat di Kota Tanjungpinang adalah Kelurahan Sei Jang. Sei Jang adalah kelurahan di Kecamatan Bukit Bestari, Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau, Indonesia. Kelurahan Sei Jang menjadi salah satu tempat dimana para pelaku usaha UMKM mengembangkan kreatifitas yang sejalan dengan usaha dan minat mereka untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat.

\*Corresponding author

E-mail addresses: [ekom16278@gmail.com](mailto:ekom16278@gmail.com)

ISSN: 3048-376X, e-ISSN: 3048-3778

Pengembangan UMKM menjadi salah satu program menaikkan daya beli masyarakat dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan yang perlu untuk dikembangkan karena pengembangan ini akan berpengaruh penting terhadap peningkatan perekonomian masyarakat untuk mencapai kesejahteraan. Pengembangan UMKM yang didasarkan pada penerapan Teknologi digital diharapkan mampu membantu mempermudah pelaku usaha dalam mengembangkan usaha UMKM mereka ditengah persaingan Teknologi yang semakin ketat.

Literasi Digital merupakan keterampilan menggunakan media secara efektif sehingga individu dapat mengetahui tempat dan informasi yang relevan, media yang dimaksudkan yaitu pemanfaatan internet sebagai salah satu media yang sangat erat kaitannya dengan kehidupan masyarakat setiap harinya. Pemanfaatan platform digital menjadi penting dalam menopang kegiatan masyarakat Indonesia salah satunya adalah kegiatan bisnis. Banyak pelaku usaha di Indonesia masih belum melek terhadap Teknologi, khususnya pelaku usaha mikro kecil atau disebut UMKM di Kota Tanjungpinang utamanya di Kelurahan Sei Jang. Pengembangan UMKM digital menjadi tantangan bagi pelaku usaha untuk menghadapi beberapa permasalahan antara lain adalah terbatasnya pemahaman terhadap teknologi digital, pemasaran online, terbatasnya ketersediaan akses internet dan akses pasar yang rendah.

Namun tantangan tersebut tidak harus menyurutkan upaya untuk digitalisasi UMKM karena literasi digital menjadi keterampilan yang mutlak harus dimiliki oleh pelaku usaha UMKM pada masa sekarang ini untuk dapat menjangkau konsumen. Selain itu digitalisasi UMKM juga memberikan manfaat pada kemudahan transaksi, memahami kebutuhan konsumen lebih cepat, memperluas pasar, operasional usaha yang fleksibel, dan akses jaringan usaha yang luas.

Dari permasalahan yang dilampirkan diatas disimpulkan bahwa perlu adanya pemahaman lebih dalam akan pengembangan UMKM berbasis literasi digital bagi pelaku usaha Kelurahan Sei Jang Kota Tanjungpinang salah satunya adalah UMKM CV.ADA.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)**

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah salah satu bentuk kegiatan pengabdian masyarakat oleh Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh mahasiswanya dibawah bimbingan dosen dan pimpinan pemerintah daerah (Handayani & Saputera, 2019). Menurut Santosa et al (2020) PKM merupakan proses pembelajaran mahasiswa melalui berbagai kegiatan langsung ditengah-tengah masyarakat, dan mahasiswa berupaya untuk menjadi bagian dari masyarakat serta secara aktif dan kreatif dalam dinamika yang terjadi di masyarakat.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah salah satu kegiatan dalam pendidikan tinggi yang diselenggarakan berdasarkan UUD 1945. Pasal 31 UUD 45 menyatakan” tiap tiap warga Negara berhak mendapat pengajaran”. Menurut UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan bahwa” pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual, keagamaan, pengendalian dirinya, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara”. Dalam undang-undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional pada pasal 20 ayat 2 di nyatakan “perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat”. Dasar inilah yang digunakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam perwujudannya.

Pasal 2 ayat 1 butir b, Peraturan Pemerintah nomor 60 tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi menyebutkan bahwa tujuan Pendidikan Tinggi adalah mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional. Kemudian Pasal 3 ayat 1 disebutkan pula bahwa: Perguruan Tinggi adalah lembaga penyelenggara pendidikan dan penelitian serta pengabdian kepada masyarakat.

### **UMKM**

Definisi UMKM yang diatur oleh Undang- Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 tentang UMKM pasal 1 menyebutkan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. UMKM dapat menjadi tumpuan untuk meningkatkan perekonomian suatu daerah, dikarenakan UMKM mampu bertahan dibandingkan dengan usaha besar lainnya yang cenderung mengalami kemunduran dalam berbisnis (Rawun & Tumilaar, 2019). Peran UMKM sangat penting dalam upaya mempercepat pembangunan ekonomi daerah dan pusat serta peningkatan daya saing produk UMKM. Sektor UMKM seringkali memanfaatkan sumber dari pertanian, perkebunan, peternakan dan perdagangan. Sektor UMKM disebut

sebagai ekonomi kerakyatan dikarenakan hasil dari UMKM merupakan barang-barang yang dibutuhkan untuk kehidupan sehari-hari setiap masyarakat.

Menurut Rofifah (2020) UMKM merupakan usaha yang memberikan kontribusi dalam perkembangan ekonomi di Indonesia karena sektor UMKM terbukti dapat menyerap tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. UMKM adalah salah satu cara yang tepat untuk dikembangkan di masyarakat Indonesia dan sebagai mesin penggerak yang dapat diandalkan untuk meningkatkan perekonomian rakyat (Rosmadi, 2021). Menurut Tabanan & Artini (2019) dalam melakukan perkembangan UMKM masih dihadapkan pada berbagai masalah, misalnya rendahnya produktivitas UMKM, terbatasnya akses UMKM kepada sumber produktif, seperti permodalan, teknologi, pasar dan informasi, tidak kondusifnya iklim usaha bagi UMKM. Salah satu cara pengembangan UMKM pada era revolusi industri 4.0 adalah dengan menerapkan sistem administrasi data yang mengalami pertukaran serta terotomatisasi untuk membantu mengambil keputusan bisnis secara efektif dan efisien (Nugraha, 2019)

### **Digital Marketing**

Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Istilah digital marketing adalah konsep yang relatif baru di bidang pemasaran. digital marketing telah memungkinkan penerapan praktik pemasaran yang diperlukan untuk menciptakan dan menargetkan pelanggan dengan cara yang lebih tepat waktu dan modis (Arianto, 2020). Teknologi digital memfasilitasi lingkungan pemasaran digital, sehingga memperluas ruang bagi pemasar untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka. Dalam lanskap teknologi yang muncul, komunikasi antara pemasar dan pelanggan adalah dua arah, bergerak naik turun hubungan. Dari segi peluang pemasaran digital sangat besar peluangnya untuk mendapatkan konsumen melalui Internet sehingga dunia usaha bisa tumbuh dan berkembang, sedangkan dari tantangan, dunia usaha harus menyiapkan diri dalam bertransformasi ke pemasaran digital seperti segi finansial, strategi dan sumber daya yang mampu (Hendarsyah, 2020). Wijaya & Jasfar (2014) dalam Sari & Flores (2020) Faktanya digital marketing lebih menawarkan keterjangkauan, hemat, dan irit. Hal ini dapat dilihat cara melakukannya, bahwa konsumen dan produsen dapat di mana saja melakukan transaksi dengan sedikit pengorbanan, yang mereka butuhkan hanyalah sistem teknologi, dan itu telah bekerja dengan baik.

### **Akuntansi Digital**

Akuntansi Digital adalah solusi akuntansi berbasis cloud yang memungkinkan pebisnis untuk mencatat semua transaksi keuangan perusahaan, membuat laporan keuangan, dan mengontrol bisnis secara menyeluruh. Menyadari pentingnya teknologi dalam dunia bisnis digital, pengenalan terhadap teknologi perlu dilakukan sedini mungkin dengan harapan tercipta akuntan-akuntan yang kompeten. Integrasi penggunaan komputer dalam pengajaran akuntansi merupakan salah satu cara sederhana dalam rangka memperkenalkan mahasiswa akuntansi, yang merupakan calon akuntan, kepada pembukuan yang terkomputerisasi. Perangkat lunak (software) akuntansi yang paling umum digunakan sebagai media pembelajaran adalah MYOB (Mind Your Own Business), sebuah aplikasi akuntansi berbasis komputer yang diperuntukkan bagi usaha kecil menengah (UKM) untuk mengotomatisasikan pembukuan secara lengkap, cepat, akurat, dan terpadu (Mahardhika, 2019).

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Uraian Masalah**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian Indonesia, hal ini dikarenakan UMKM memegang peranan penting dalam pertumbuhan dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2018 jumlah UKM sebanyak 64.194.057 unit dan tahun 2019 sebanyak 65.465.497 unit dengan tingkat kenaikan dari tahun 2018 ke 2019 sebesar 1,98% (Kementerian Koperasi dan UKM, 2019). Data tersebut mengindikasikan bahwa dengan adanya UMKM dapat membuka lapangan pekerjaan baru dan menyerap tenaga kerja.

UMKM menjadi salah satu penopang perekonomian masyarakat. Melalui kegiatan UMKM, diharapkan dapat berkontribusi dalam mendorong pergerakan ekonomi dan peningkatan perekonomian itu sendiri. Mengingat pentingnya peran UMKM, kami percaya bahwa sangat penting untuk memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang kegiatan operasional UMKM untuk membantu meningkatkan kualitas UMKM.

Pada uraian masalah ini penulis menjelaskan mengenai permasalahan yang terjadi pada UMKM, namun sebelum melakukan penyusunan rencana program kerja PKM, maka terlebih dahulu peserta PKM melakukan survey dimana hal ini merupakan salah satu faktor penting dalam penyusunan program PKM yang akan dilaksanakan guna membantu UMKM nantinya. Dalam kegiatan survey ini penyusun berusaha untuk memaksimalkan mungkin dalam mengidentifikasi permasalahan – permasalahan yang dihadapi oleh beberapa UMKM yang ada di Kelurahan Sei Jang yaitu :

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bapak Marwan pimpin telah berjalan sekitar 12 tahun dengan jenis usaha Catering dan beralamat Jl. Bunguran Seijang. Modal yang dikeluarkan bapak Marwan

yaitu Rp.2.000.000. Menurut penjelasan Bapak Marwan. Beliau memiliki beberapa masalah yang ditemukan sekarang ialah pembukuan dan pemasaran. Sebelum membuka usaha catering, bapak marwan membuka toko kelontong di depan SD dengan menjual beberapa bahan baku antaralain : sayur mayur, ikan, ayam, beras, daging. Usaha tersebut memiliki masalah setelah penjualan yaitu adanya sisa bahan baku yang dijual. Dari sini bapak marwan mendapatkan saran dari temannya yaitu untuk membuka usaha catering kecil-kecilan.

Selain itu juga berdasarkan penjelasan singkat bapak Marwan, beliau mempromosikan usaha catering ini dengan cara dari mulut ke mulut. Usaha cetering ini menjadi sumber utama penghasilan bapak Marwan, untuk kisaran harga makanan disini sekitar Rp 15.000.-. cara memesan makanan disini yaitu dengan cara prasmanan, jika pembeli mengambil lebih dari satu macam lauk makasemakin mahal harganya, namun jika hanya satu lauk dan nasi harganya sekitar Rp 15.000. Beberapa kritikan dari pelanggan soal masakan di CV.ADA yaitu ada yang kurang pedas atau kurang manis. Bapak Marwan menerima komplain tersebut dengan maksud membangun. Tenaga kerja di CV.ADA sebelum pandemi covid- 19 memiliki 8 tenaga kerja tetapi sejak covid-19 ini menjadi 4 tenaga saja. Jenis makanan disini beragam dan untuk menu seafood tidak begitu banyak. Jadi sejak pandemi ini pemasukan CV. ADA menurun drastis.

**Perumusan Program Kegiatan**

Perumusan program kerja bertujuan untuk mengetahui permasalahan – permasalahan yang terjadi di beberapa UMKM yang ada di Kelurahan Sei Jang Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang, berikut ini program kegiatan PKM dengan tema “Cakap Digital” STIE Pembangunan Tanjungpinang penyusun sajikan dalam bentuk tabel berikut ini :  
UMKM Milik Pak Marwan yaitu CV.ADA

**Tabel 1. Perumusan program kerja PKM cakap digital P3M STIE PembangunanTanjungpinang pada UMKM Pak Marwan yaitu CV.ADA**

NO	Program Kerja/ Nama Kegiatan	Sasaran	Teknik Pelaksanaan	Manfaat/Indikator Keberhasilan
1	Penerapan Digital Skill	UMKM CV.ADA	Membuat Akun untuk memasarkan catering CV.ADA	Agar lebih mudah untuk menyebarkan nama CV. ADA di Kepulauan Riau terutama di Tanjungpinang
2	Penerapan Digital Culture	UMKM CV.ADA	Pengunaan bahasa yang baik dan benar dalam percakapan bisnis	Membuat pelanggan lebih nyaman untuk bertransaksi
3	Penerapan Digital Ethics	UMKM CV.ADA	Menerapkan cara interaksi yang baik dengan langganan bahanserta mencari pelanggan untuk berkolaborasi	Menjaga keharmonisan antar pelaku bisnis
4	Penerapan Digital Safety	UMKM CV.ADA	Menerapkan pembayaran DP untuk menjamin pemesanan	Agar terhindar dari penipuan yang merugikan pihak CV.ADA

**Khalayak Sasaran**

Khalayak sasaran adalah objek yang akan menjadi sasaran dalam kegiatan PKM. Program yang kami buat bertujuan untuk menciptakan sumber daya manusia yang lebih baik

Adapun khalayak sasaran kegiatan PKM dalam pengabdian kepada masyarakat khususnya pada UMKM yang berada di Kelurahan Seijang.

**Tabel 2. Khalayak Sasaran**

No	Kegiatan	Sasaran	Keterangan	Jumlah Peserta
1	Bidang pemasaran	Pelaku usahaUMKM	Pengedukasi tentang digital marketing	4
2	Bidang pemasaran	Pelaku usaha UMKM	Penerapan digital marketing	4
3	Bidang keuangan	Pelaku usahaUMKM	Pencatatan laporan keuangan sederhana berbasis digital	4

**Metode Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilakukan dengan pendekatan pelatihan meliputi :

**UMKM CV.ADA**

1. Metode Wawancara, teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab secara langsung kepada UMKM CV.ADA mengenai permasalahan yang ada pada usaha tersebut.
2. Tahap Pelatihan, pelatihan ini digunakan untuk memberikan informasi atau pengetahuan kepada owner CV.ADA mengenai strategi marketing berbasis digital yang efektif.
3. Tahap mempraktikkan perencanaan promosi yang telah dirancang.

Berikut jadwal kegiatan PKM :  
UMKM CV.ADA

**Tabel 3. UMKM CV.Ada**

NO	Tanggal	Lokasi	Kegiatan
1	Selasa, 28 September 2021	Kelurahan Sei Jang	Berkunjung ke Kelurahan Sei Jang dengan maksud meminta izin melakukan PKM di Sei Jang
2	Kamis, 30 September 2021	UMKM CV. ADA	Berkunjung ke UMKM CV. ADA milik Bapak Marwan perihal izin
3	Senin, 4 Oktober 2021	UMKM VC. ADA	Berkunjung ke UMKM CV. ADA untuk melakukan wawancara dan mengidentifikasi masalah
4	Selasa, 5 Oktober 2021	UMKM VC. ADA	Melengkapi bahan yang kurang dan melihat situasi dapur belakang milik CV. ADA
5	Rabu, 6 Oktober 2021	UMKM CV. ADA	Membantu membuat masakan dan berbagai hal di CV. ADA

**Anggaran**  
UMKM CV.ADA

Material	Justifikasi Anggaran	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
<b>ATK</b>				
Kertas A4	Print Laporan, surat izin dan administrasi PKM lainnya	1 Rim	40.000,00	40.000,00
<b>Mobilisasi</b>				
Handsanitizer	Protokol Kesehatan dalam Pelaksanaan PKM	1 Botol	20.000,00	20.000,00
Masker	Protokol Kesehatan dalam Pelaksanaan PKM	1 Kotak	35.000,00	35.000,00
Vitamin C	Protokol Kesehatan dalam Pelaksanaan PKM	1 Botol	150.000,00	150.000,00
Bensin	Transportasi selama PKM	4 Orang	25.000,00	100.000,00
Pulsa Paket 15 Gb	Komunikasi	1 Paket	75.000,00	75.000,00
<b>Pelaksanaan Workshop</b>				
Spanduk	Administrasi dalam kegiatan Workshop	1 Buah	150.000,00	150.000,00
Konsumsi	Makan peserta workshop	10 Kotak	18.000,00	180.000,00
<b>Subtotal Penggunaan Anggaran Kelompok CV.ADA</b>				<b>750.000,00</b>

**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**UMKM CV.Ada**

Pembuatan akun sosial media untuk UMKM CV.ADA agar memudahkan promosi di bidang online serta memposting daftar harga menu makanan. Melakukan promosi melalui instagram, bertujuan untuk memperkenalkan UMKM CV.ADA pada Masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas.



### Pembahasan UMKM CV.ADA

Aplikasi media sosial tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain. Aplikasi-aplikasi ini bermaksud untuk menginisiasi dan mengedarkan informasi online tentang pengalaman pengguna dalam mengonsumsi produk atau merek, dengan tujuan utama meraih (engage) masyarakat. Dalam konteks bisnis, people engagement dapat mengarah keadapenciptaan profit. Wardhana (2015) menemukan bahwa strategi digital marketing berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya. Strategi tersebut terdiri dari:

1. Ketersediaan informasi produk dan panduan produk;
2. Ketersediaan gambar-gambar seperti foto atau ilustrasi produk;
3. Ketersediaan video yang mampu memvisualisasikan produk atau menampilkan presentasi pendukung;
4. Ketersediaan lampiran dokumen-dokumen yang berisi informasi dalam berbagai format;
5. Ketersediaan komunikasi online dengan pengusaha;
6. Ketersediaan alat transaksi dan variasi media pembayaran;
7. Ketersediaan bantuan dan layanan konsumen;
8. Ketersediaan dukungan opini
9. Ketersediaan tampilan testimonial; Ketersediaan catatan pengunjung;
10. Ketersediaan penawaran khusus

Melalui wawancara yang kami lakukan bahwa pihak UMKM mendapatkan masalah promosi dikarenakan dari awal mereka membuka usaha masih menggunakan cara dari mulut ke mulut. Terlebih sejak masa pandemi covid-19 UMKM CV.ADA mengalami kesulitan melakukan promosi dan juga mereka masih belum terlalu memahami sosial media, sehingga pada kegiatan PKM kali ini kelompok kecil D memberikan pemahaman tentang sosial media agar pihak UMKM mampu mempromosikan UMKM mereka. Disini kami melakukan program dengan membuat akun sosial media sebagai alat untuk aktivitas UMKM CV.ADA. Kegiatan yang kami lakukan ini diharapkan mampu menaikkan omset mereka dimasa pandemi ini.

### KESIMPULAN

#### UMKM CV.Ada

UMKM CV.ADA adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang Kuliner. CV.ADA memiliki menu makanan pada umumnya seperti yang kami jelaskan pada BAB IV. Berikut program kerja yang telah dijalankan yaitu :

1. Telah melakukan pembuatan akun social media instagram dan facebook yang memiliki tujuan mengenalkan UMKM CV.ADA pada masyarakat luas.
2. Telah melakukan penjelasan terkait percakapan bisnis guna mencapai kenyamanan bersama dan kesepakatan yang deal antara kedua belah pihak
3. Telah melakukan edukasi terkait dp awal pada room chat demi keamanan pemesanan.

Berikut adalah dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat



Gambar 1. UMKM CV.Ada



Gambar 2. Foto Bersama

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2020). Peran Buzzer Media Sosial Dalam Memperkuat Ekosistem Pemasaran Digital. *Articel*.
- Asari, A., Kurniawan, T., Ansor, S., Bagus, A., & Rahma, N. (2019). Kompetensi Literasi Digital Bagi Guru Dan Pelajar Di. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 3, 98–104.
- Baharudin, N., & Naidu, N. (2021). Penerapan konsep REP kewarganegaraan digital dalam kalangan mahasiswa Universiti Pendidikan Sultan Idris sebagai warganegara digital. 7(1), 30–44.
- Elya umi Hanik. (2020). Self Directed Learning Berbasis Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Madrasah Ibtidaiyah. *Elementary Islamic Teacher Journal*, 8, 183–208.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*.
- Hafizd, K. A. (2021). Pentingnya Memiliki Digital Skills di Masa Pandemi Covid-19. 1(2), 83–90.
- Handayani, S., & Saputera, S. A. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan Sistem PKM Online Dengan Pendekatan Tam. *Journal of Technopreneurship and Information System (JTIS)*, 2(2), 53–58. <https://doi.org/10.36085/jtis.v2i2.313>
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. 9(1), 25–43.
- Herlina, Erisna, & Fitria, H. (2020). Prosiding seminar nasional pendidikan program pascasarjana universitas PGRI Palembang 10 Januari 2020. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*, 599.
- Mahardhika, A. (2019). *Akuntan Di Era Digital*. 08(01), 12–16.
- Nugraha, A. D. A. (2019). Sistem Informasi Pada Administrasi UMKM. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretariatan*, 4(2), 159–171.
- Purwadi, & Irwansyah. (2019). Pemandu Digital Terasa Seperti Pemandu Berbasis Komunikasi Analog. 22(2), 123–138. <https://doi.org/10.20422/jpk.v22i1.609>
- Rahman, M., & Widayati, R. (2020). *Muhamad Rahman, Ratna Widayati*. 1–10.
- Rawun, Y., & Tumilaar, N. (2019). Penerapan Standar Akuntansi Keuangan EMKM Dalam Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM (Suatu Studi UMKM Pesisir Di Kecamatan Malalayang Manado). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 12(1), 57– 66. <https://doi.org/10.35143/jakb.v12i1.2472>

- Rofifah, D. (2020). Penerapan Akuntansi Sak EMKM Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 4, 12–26.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–94.
- Safitri, I., Marsidin, S., & Subandi, A. (2020). Analisis Kebijakan terkait Kebijakan Literasi Digital di Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(2), 176–180. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v2i2.123>
- Santosa, I., Ponoarjo, P., & Hartati, M. D. (2020). Mewujudkan Masyarakat Siaga Covid-19 di Kelurahan Mintaragen Kecamatan Tegal Timur Kota Tegal Melalui Kegiatan PKM Tematik. *Community Empowerment*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.31603/ce.4355>
- Sari, S. P., & Flores, U. (2020). *Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital*. 3(3), 291–300. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930698>
- Tabanan, D. I. K., & Artini, N. I. R. A. I. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm*. 71–77.