
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PADA UMKM WARUNG KEDAI ALONG**Oleh****Raja Hardiyansyah****Stie Pembangunan Tanjungpinang****Email: rajahardiansyah@yahoo.co.id**

Article History:*Received: 17-06-2025**Revised: 08-07-2025**Accepted: 20-07-2025***Keywords:***Pengabdian, UMKM,
Warung Kedai Along*

Abstract: *Permasalahan yang terdapat dalam UMKM diatas yaitu, belum adanya nama brand di salah satu usaha tersebut, tidak adanya logo di usaha tersebut, packaging yang kurang memadai, kurangnya strategi pemasaran produk, belum adanya penerapan market digital pada UMKM tersebut. Sehingga pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mahasiswa/i ingin membantu mewujudkan kekurangan dan penerapan strategi pemasaran yang tepat seperti market digital dengan tujuan untuk memperluas pasar, memperkenalkan market digital dengan tujuan untuk memperluas pasar, memperkenalkan UMKM kepada masyarakat luas. Pada UMKM Warkalong ini kami akan memberikan informasi melalui pengenalan Market Place : akseibilitas jenis dan fitur pada UMKM “Warung Kerang Along” di Tanjung Unggat. Dengan melakukan pengembangan teknik e-Marketing dan Promosi sehingga dapat menunjang pihak UMKM untuk mendapatkan penghasilan tambahan melalui sosial media seperti Instagram, Go-Food atau Go-Jek. Warung kerang along merupakan UMKM yang menjual beranekaragam seafood berupa berbagai jenis kerang seperti Gonggong, Kerang Bulu, Remis, Kijing dan sebagainya. Usaha rumahan yang dijalankan oleh salah satu sepasang suami istri dan anak pertama yang bernama Izlin dari pemilik warung ini yang dikenal dengan panggilan “Along”, pada kegiatan PKM ini kami memberikan masukan atau edukasi kepada pemilik untuk melakukan pemasaran menggunakan media social yang akan bermanfaat untuk perkembangan usahanya di masa yang akan datang seperti: melalui media berita online untuk pengenalan kepada masyarakat bahwa di Tanjung Unggat terdapat berbagai macam jenis seafood segar dan olahan dan konsumen dapat membeli produk mereka*

PENDAHULUAN

Pada masa kini Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan metode atau sarana pembelajaran bagi mahasiswa/i S1 yang dikembangkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai segi kehidupan bermasyarakat. Tujuan dilaksanakan PKM adalah untuk menumbuhkembangkan rasa empati dan kepedulian terhadap akademik. Dalam kegiatan ini mahasiswa memberikan pengalaman ilmu pengetahuan dan teknologi



sehingga dapat memberikan pengarahan untuk memecahkan masalah dan menanggulangnya secara tepat.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diharapkan melahirkan pribadi yang tangguh, unggul, berkepribadian mulia, serta dapat menjadi pribadi yang luar biasa ketika sudah terjun ke masyarakat dan berjiwa kepemimpinan. Dalam hal ini, mahasiswa diperankan sebagai problem solver, motivator, fasilitator, dan dinamisator dalam proses penyelesaian masalah dan pembangunan / pengembangan masyarakat. Melalui beberapa konsep tersebut, maka kehadiran mahasiswa sebagai intelektual muda diharapkan mampu mengembangkan diri sebagai agen atau pemimpin perubahan yang secara cerdas dan tepat menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakatnya.

Kota Tanjungpinang merupakan ibukota Provinsi Kepulauan Riau dengan fungsi sebagai pusat pelayanan administrasi dan pemerintahan provinsi, pusat pendidikan, perdagangan dan jasa, pengembangan pariwisata dan kebudayaan melayu serta sebagai pusat pelayanan transportasi di Provinsi Kepulauan Riau. Tanjung Unggat adalah salah satu kelurahan yang berkembang di Kecamatan Bukit Bestari, Kota Tanjungpinang. Kelurahan Tanjung Unggat mempunyai beberapa keunggulan yang ada di dalamnya. Salah satunya adalah keunggulan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Tanjung Unggat. Banyak UMKM di Kelurahan Tanjung Unggat yang unggul dan dapat bersaing dengan produk produk di luaran.

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tanjungpinang di tahun 2019 terdapat 52 badan usaha baik terdiri dari IKM, UKM, dan UMKM. UMKM merupakan bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan.

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Berdasarkan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah *asset* maksimal 0 hingga 50 juta dan omset total 0 hingga 300 juta. Dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi masyarakat UMKM memiliki kontribusi yang besar khususnya di Negara – negara berkembang. Dampak yang berpengaruh positif dapat menggerakkan roda perekonomian bangsa dan mengurangi jumlah pengangguran UMKM yang merupakan salah satu potensi perluasan kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan.

Pengembangan dalam hal penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha mikro, ataupun usaha kecil. Dalam bidang ekonomi, inovasi potensi local yang hendak diberdayakan adalah produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bersama antara mahasiswa Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan masyarakat disekitar lokasi yaitu Kelurahan Tanjung Unggat. Kelurahan Tanjung Unggat merupakan salah satu kelurahan yang memiliki jumlah penduduk yang cukup padat dengan kepadatan penduduk 16.083 jiwa. Tugas dan fungsi dari Kelurahan Tanjung Unggat akan dapat terlaksana dan tercapai dengan baik apabila ada kerjasama antara berbagai pihak, mulai dari masyarakat hingga Lembaga Swadaya Masyarakat yang berada di Kelurahan Tanjung Unggat tersebut. Di Kelurahan Tanjung Unggat terdapat 239 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdaftar di Tanjung Unggat berdasarkan dari data yang diperoleh dari Ketua RT setempat.

Apabila perusahaan ingin memenangkan persaingan dalam bisnis, maka perusahaan tersebut harus mampu membuat dan menentukan strategi yang tepat. Hal yang harus

dilakukan oleh perusahaan yaitu menggali ide – ide baru sesuai dengan keinginan serta kebutuhan konsumen saat ini. Dengan melakukan inovasi terus menerus perusahaan juga berupaya untuk menarik calon konsumen hingga menjadi konsumen potensial dan pada akhirnya dapat menjadi pelanggan usaha tersebut, karena kesuksesan perusahaan sangat ditentukan oleh konsumen. Apabila konsumen merasa puas terhadap produk yang kita jual maka ia akan melakukan pembelian ulang. Bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk kita.

Sebagai bentuk untuk menciptakan strategi pemulihan UMKM ditengah Pandemi Covid-19 adalah dengan terhubung oleh ekosistem digital. Karena dengan cara tersebut dapat mendigitalisasi pelaku UMKM untuk tetap dapat melakukan aktivitas usahanya meskipun terhalang oleh Pandemi Covid-19. Pelaku UMKM sudah bisa merubah dalam membangkitkan usaha – usahanya tersebut dengan menyesuaikan diri di era *new normal* dengan memanfaatkan teknologi cakap digital dalam usaha maupun bisnisnya. Namun dalam upaya mengintegrasikan UMKM dengan ekosistem digital memerlukan suatu keterampilan khusus yang harus dikuasai oleh para pelaku UMKM. Oleh karena itu, maka hal tersebut menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukannya pendampingan kapasitas UMKM dalam peningkatan penjualan melalui strategi cakap digital.

UMKM Warung Kerang Along sudah berdiri kurang lebih 10 tahun lamanya yang terletak di Jl. Sei Payung. Bentuk usaha Warung Kerang Along yaitu usaha rumahan yang dijalankan oleh salah satu sepasang suami istri dan anak pertama yang bernama Izlin dari pemilik warung ini yang dikenal dengan panggilan “Along”. Adapun beberapa jenis jualan yang dijual ialah berbagai jenis kerang seperti Gonggong, Kerang Bulu, Remis, Kijing dan sebagainya.

Adapun permasalahan yang terdapat dalam UMKM diatas yaitu, belum adanya nama *brand* di salah satu usaha tersebut, tidak adanya logo di usaha tersebut, *packaging* yang kurang memadai, kurangnya strategi pemasaran produk, belum adanya penerapan *market digital* pada UMKM tersebut. Sehingga pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mahasiswa/i ingin membantu mewujudkan kekurangan dan penerapan strategi pemasaran yang tepat seperti *market digital* dengan tujuan untuk memperluas pasar, memperkenalkan *market digital* dengan tujuan untuk memperluas pasar, memperkenalkan UMKM kepada masyarakat luas tidak hanya pada wilayah Tanjung Unggat saja, mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi digital dan lain sebagainya.

Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana mengetahui *market place* : akseibilitas jenis dan fitur pada UMKM “Warung Kerang Along” di Tanjung Unggat ?

TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM diatur berdasarkan Undang – Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah sektor yang penting dalam perekonomian di Indonesia (Triyanto, 2017).

Dalam Undang – Undang, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM



seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak yaitu sebesar Rp. 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300.000.000,-.
- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,- hingga maksimum Rp.2.500.000.000,-.
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,- hingga paling banyak Rp.100.000.000.000,- hasil penjualan tahunan di atas Rp.2.500.000.000,- sampai paling tinggi Rp.50.000.000,-.

Sesuai dengan peran strategis UMKM maka banyak UMKM baru tumbuh mengalami tantangan untuk mempertahankan eksistensi dan mengembangkan usahanya (Rosa & Idwar, 2021).

Kelebihan lain dari UMKM ialah lebih dinamis ketimbang perusahaan besar. Indonesia sangat bergantung pada sektor UMKM. Kebanyakan usaha kecil terkonsentrasi pada sektor perdagangan, pangan, olahan pangan, tekstil dan garmen, kayu dan produk kayu, serta produksi mineral non logam. Sektor UMKM diperkirakan menyumbang sekitar lebih dari 50% PDB (terutama di sektor perdagangan dan pertanian) dan sekitar 10% dari ekspor (World Bank, 2014). Di tahun 2016 UMKM berkontribusi terhadap ekspor nasional sebesar 15 %. (KADIN, 2016). UMKM berkontribusi dalam memberi kesempatan kerja sebesar 96,99% terhadap pembentukan PDB sebesar 60,34%, kontribusi lain nya ialah dalam penambahan devisa negara dalam bentuk penerimaan ekspos sebesar RP 27.700 M dan berpengaruh sebesar 4,86% terhadap total ekspor (Diandrino, 2018).

Penjualan

Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan, arti modal yang lain modal meliputi baik modal dalam bentuk uang maupun dalam bentuk barang (McGee et al., 1977).

Penjualan adalah salah satu kegiatan terbentuknya interaksi secara langsung yang terjadi antara produsen dan konsumen. Tujuan utama dalam penjualan adalah memberikan suatu keuntungan yang menjanjikan sebagai ukuran kelangsungan dalam usahanya. Para pelaku usaha harus bisa mempertahankan kelangsungan suatu usahanya dengan merancang cara yang strategis dan alternative dalam melakukan penjualan.

Tujuan umum penjualan yaitu (Muhajir, 2020) :

- a. Mencapai volume penjualan.
- b. Mendapatkan laba tertentu.
- c. Menunjang pertumbuhan usaha.

Faktor yang mempengaruhi penjualan yaitu (Muhajir, 2020) :

- a. Kondisi dan kemampuan pasar disini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual

harus memahami masalah penting.

- b. Kondisi pasar hal yang diperhatikan pada kondisi pasar.
 - a. Modal kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan.
 - b. Kondisi organisasi perusahaan pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

Pemasaran

Pemasaran penjualan bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terus berkembang cepat hingga saat ini. UMKM membantu menciptakan peningkatan serta pertumbuhan dalam pembangunan ekonomi. Lapangan pekerjaan juga terus terbuka lebar karena adanya UMKM ini. Meluasnya jangkauan pemasaran saat ini membuat para penjual usaha terus berupaya dalam melakukan inovasi serta strategi dalam menawarkan produk yang mereka tawarkan. Membutuhkan cara yang tepat bagi seorang produsen untuk berada maupun bersaing dalam produk yang dijualnya.

Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan memilih dan menggunakan teknologi digital di mana dan kapan pun, dengan cara yang terarah. Literasi digital juga terkait dengan pemikiran kritis tentang peluang dan manfaat teknologi digital yang sering digunakan seperti jejaring sosial, dan aplikasi *smartphone* (Rosalina et al., 2021).

Literasi digital dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi. Menurut UNESCO dalam Donny (2017) mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi, dengan kecakapan kognitif maupun teknis (Wibowo, 2021).

Menurut Gilster (1997:3) mengelompokkannya ke dalam empat kompetensi inti yang perlu dimiliki UMKM sehingga dapat dikatakan berliterasi digital antara lain : *internet searching, hypertextual navigation, content evaluation dan knowledge assembly*.

Terdapat beberapa elemen – elemen literasi digital terdiri yang meliputi (Rosalina et al., 2021) :

- a. *Information Literacy*, yaitu kemampuan menemukan, menganalisis dan merangkum informasi, mengevaluasi kredibilitas sumber informasi, dan kesadaran menggunakan dan mengutip secara etis dan legal, memfokuskan topik dan merumuskan pertanyaan penelitian secara akurat, efektif, dan efisien.
- b. *Computer Literacy*, yaitu kemampuan menggunakan komputer dan *software* aplikasi untuk penyelesaian tujuan.
- c. *Media Literacy*, kemampuan mengkomunikasikan informasi menggunakan media digital.
- d. *Communication Literacy*, kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama baik dalam kerja individu maupun dalam sebuah tim dengan menggunakan media digital.
- e. *Visual Literacy*, kemampuan memahami informasi yang disajikan dalam bentuk grafis atau gambar, kemampuan untuk mengubah informasi dari semua jenis menjadi grafik atau bentuk yang komunikatif.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kecepatan akses internet diantaranya adalah



(Agency, 1969) :

1. Unit komputer.
2. Modem.
3. Jaringan yang digunakan untuk akses internet.
4. *Bandwidth*.
5. Pengguna didalam jaringan yang sama disaat bersamaan.

Internet Sehat

Internet merupakan singkatan dari *International Networking* yang merupakan jaringan yang bersifat global. Internet merupakan suatu teknologi yang dapat mendukung setiap orang untuk mencapai tujuannya baik secara positif maupun negatif, namun ada hal yang harus diperhatikan yaitu norma –norma dalam penggunaan internet, sehingga dalam penggunaannya dapat berdampak positif. Manfaat jaringan internet adalah dapat menjalin kerjasama satu sama lain antar negara, pribadi maupun kelompok tanpa mengenal jarak dan waktu.

Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada Agustus tahun 1969 melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*), dengan mendemonstrasikan *Hardware* dan *Software* komputer yang berbasis UNIX, dengan tujuan awalnya untuk kepentingan militer (Agency, 1969).

Adapun beberapa tips penggunaan internet sehat tanpa kehilangan sisi positif dalam berinternet yaitu (Agency, 1969) :

- a. Jangan sembarang membagikan data pribadi dengan pihak lain.
- b. Posisi komputer ditempat yang terakses oleh pihak lain.
- c. Perlunya pendamping yang bijak dalam mengakses jaringan internet.
- d. Etika.
- e. Pertemanan dengan teman di dunia maya.

Knowledge

Knowledge atau pengetahuan adalah kesadaran dan pemahaman akan fakta, kebenaran atau informasi yang diperoleh melalui pengalaman atau pembelajaran (suatu posteriori), atau melalui introspeksi (suatu priori). *Knowledge* adalah penggabungan data, dan informasi. Data adalah fakta mentah. Informasi adalah data yang dilihat melalui sudut pandang tertentu. Pengetahuan adalah informasi dengan panduan untuk suatu aktivitas berdasarkan pandangan dan pengalaman.

Adapun beberapa komponen *knowledge* dapat dikategorikan menjadi (Internet & Web, 2010) :

- a. *Ground truth* : adalah kebenaran yang dicapai dari pengalaman, bukan dari teori.
- b. *Complexity* : situasi yang kompleks mengindikasikan pendekatan yang kompleks dalam penyelesaiannya. Masalah akan menjadi kompleks apabila kurangnya *knowledge*.
- c. *Judgement* : *knowledge* berkembang dan tidak mungkin lagi di terapkan pada situasi aslinya.
- d. *Heuristic (rules of thumb) and intuition* : panduan dalam memudahkan pemecahan masalah
- e. *Value and belief* : tiap orang mempunyai cara pemecahan masalah yang berbeda.

MATERI DAN METODE

Uraian Masalah

UMKM WARKALONG (Warung Kerang Along)

Pada UMKM WARKALONG (Warung Kerang Along) yang berlokasi di Tanah Merah di Tanjung Unggat ini, menjual sejumlah Gonggong, Kerang Bulu, Remis, Kijing dan sebagainya, mereka menjual di sebuah tenda yang berada dipinggir jalan di Tanjung Unggat. Tidak hanya menyediakan Kerang dan Gonggong segar saja, WARKALONG juga menyediakan produk olahan jadi, namun tak cukup banyak orang yang tahu. Pertama yang kami ingin bantu ialah permasalahan pada nama usaha (*brand*), izin usaha dan *Market Place* di sarana digital. WARKALONG ini belum memiliki merek produk yang membuat produk ini mengalami kesulitan untuk dapat dikenal orang calon konsumen yang berada diluar Tanjung Unggat itu sendiri. Serta juga belum memiliki akun *Social Media* yang bisa menjadi media untuk perluasan usaha yang bisa di jangkau oleh semua kalangan di luar masyarakat Tanjung Unggat ini. Dengan ini kami ingin membantu membuat mereka tau *brand*. Kedua yang ingin kami bantu adalah pemasaran UMKM WARKALONG ini. Biasanya promosi yang dilakukan hanya dilakukan dengan cara mulut ke mulut, sehingga minat calon konsumen untuk membeli Gonggong, Kerang dan sebagainya tersebut masih tergolong rendah. Dengan ini kami ingin membantu Ibu Along untuk menggunakan teknik *e-marketing* atau pemasaran produk tersebut melalui media sosial agar nantinya dapat meningkatkan pendapatan UMKM warung kerang tersebut. *Market place* : aksesibilitas jenis dan fitur pada UMKM WARKALONG di Tanjung Unggat akan menjadi fokus kami, akan dibuatkan nantinya akun *Social Media* yang dapat digunakan untuk memperluas jaringan konsumen, fitur yang akan kami buat antara lain : Instagram, *Go-food (Go-Jek)*.

Perumusan Program Kegiatan

Perumusan program dan rancangan kegiatan PKM di Kelurahan Tanjung Unggat, sebagai berikut :

1. Adapun permasalahan yang terdapat pada UMKM “ Warung Kerang Along” menurut observasi yang telah kelompok kami lakukan ialah terdapat beberapa kendala, seperti tidak adanya nama *brand* dari warung ini pada awalnya. Juga tidak terdapat spanduk informasi apa saja yang dijual oleh kedua orang tua dan seorang anak gadis yang berjualan di tepi jalan di Tanah Merah kelurahan Tanjung Unggat ini. Padahal banyak berbagai jenis kerang dan sajian olahan juga ada, namun tidak ada nya informasi spanduk atau pun plangisiasi informasi customer tidak dapat mengetahuinya, kelompok kami bertanya dan mendapatkan data bahwa mereka juga menjual olahan jadi, bukan hanya kerang dan gonggong segar saja. Begitupun dengan izin usaha yang belum terdaftar di kelurahan Tanjung Unggat. Disini kami akan coba membantu terkait beberapa masalah yang terdapat di Warung Kerang Along tersebut.

Rencana Program Kerja

1. Pada UMKM Warkalong ini kami akan memberikan informasi melalui pengenalan *Market Place* : aksesibilitas jenis dan fitur pada UMKM “Warung Kerang Along” di Tanjung Unggat. Dengan melakukan pengembangan teknik *e-Marketing* dan Promosi sehingga dapat menunjang pihak UMKM untuk mendapatkan penghasilan tambahan melalui sosial media seperti Instagram, *Go-Food atau Go-Jek*. Pembuatan Plangisiasi (Spanduk) yang bertujuan sebagai pengenalan dan keterangan produk apa saja yang tersedia di Warung



Kerang Along. Kami juga melakukan negosiasi terhadap apa yang baik sebagai nama warung ini agar warung yang berlokasi di pinggir jalan Tanjung Unggat ini dapat dikenal oleh orang ramai. Maka tercetus lah nama “ Warung Kerang Along” yang merupakan pilihan oleh *owner* nya sendiri yang akan coba kami bantu pembuatan logo dan spanduknya dengan nama yang sudah di sepakati oleh *owner* tersebut. Kami juga Melakukan sosialisasi izin usaha terhadap salah satu UMKM di Tanjung Unggat yaitu Warung Kerang Along, agar usaha ini terdaftar sebagai UMKM pada kelurahan d Tanjung Unggat. Kami coba datangi kantor lurah Tanjung Unggat dan bertanya seputar bagaiman tata cara mendaftarkan UMKM agar terdata sebagai usaha yang aktif di Tanjung Unggat, akan kami coba bantu arahkan *owner* untuk melakukan registrasi UMKM ke Kelurahan Tanjung Unggat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Warung Kerang Along (Warkalong)

Pada Pelaksanaan yang dilakukan oleh *team* kecil kelompok 1, melakukan pengurusan izin usaha ke kantor lurah agar warung kerang along dapat terdaftar menjadi UMKM aktif di wilayah Tanjung Unggat, *team* melakukan serangkaian regstrasi atau syarat untuk membantu *owner* dalam pengurusan izin usaha itu sendiri.

Kemudian *team* memperkenalkan strategi pemasaran melalui media sosial berupa Instagram atau aplikasi Go-Jek yang bisa digunakan *owner* sebagai perluasan jaringan pemasaran.

Tujuan kegiatan : memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran melalui pemanfaatan sosial media sebagai *e-commers* agar warung kerang along dapat lebih dikenal di khalayak luas.

Team juga melakukan kegiatan pemasangan spanduk yang telah didesain dan disetujui oleh *owner* atas desain yang telah *team* buat. Spanduk ini diharapkan dapat berfungsi sebagai sarana untuk warung kerang along dapat mudah dikenali dan dijumpai oleh peminat seafood. Yang mana sebelumnya warung ini belum memiliki nama *brand* dan spanduk sebagai identitas.

Kemudian *team* membuat akun sosial media Instagram untuk digunakan oleh warung kerang along dengan harapan bisa digunakan sebagai sarana perluasan usaha.





Pembahasan

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan bentuk pendidikan yang dapat memberikan pengalaman kerja secara langsung dengan mengidentifikasi masalah – masalah pembangunan di masyarakat tertentu. Hasil dari pelaksanaan kegiatan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Kelurahan Tanjung Unggat diharapkan akan memberikan pengalaman secara langsung oleh mahasiswa untuk hidup berada di tengah masyarakat dan dapat memberikan pemahaman yang berguna sebagai bekal di masa mendatang. Dalam pelaksanaannya juga terdapat beberapa hal maupun kegiatan yang diluar dari perencanaan dalam pelaksanaan program tersebut berlangsung.

Program yang kita jalankan, rencanakan serta laksanakan dalam kegiatan PKM ini, telah melalui proses yang disesuaikan dengan kemampuan mahasiswa dalam melaksanakannya. Adapun kegiatan yang telah kami laksanakan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kelurahan Tanjung Unggat adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan pada UMKM Warung Kerang Along “WARKALONG” ini kami pilih sebagai salah satu tempat usaha untuk menjalankan program kerja kami berdasarkan pertimbangan kelompok. Dalam menjalankan program kerja ini yang kami lakukan selama kegiatan PKM meliputi pengurusan perizinan untuk pengembangan usaha, melakukan pencatatan laporan keuangan, membantu dalam keterbatasan peralatan, membantu untuk mengurangi aktivitas diluar rumah pada masa pandemi ini yang merubah perilaku konsumen, dimana konsumen lebih memilih mengurangi interaksi dalam proses pembelian yang biasanya dilakukan secara *offline* (tatap muka) kini dilakukan secara *online*.

Kegiatan pengurusan surat izin kami lakukan dengan tujuan agar dapat memudahkan untuk pengembangan usaha kedepannya serta kami juga membantu pencatatan laporan agar tertata dengan rapi sistem keuangan dalam usaha tersebut. Dalam proses membantu dalam keterbatasan peralatan dalam berdagang, kami membantu membuat logo serta spanduk agar lebih memudahkan para konsumen untuk melihat apa saja yang dijual oleh pelaku usaha dan membantu menarik perhatian konsumen sehingga konsumen tahu tempat usaha tersebut dimana di daerah tersebut cukup banyak pedagang yang menjual barang dagang

yang hampir sama. Kegiatan yang terakhir kami lakukan yaitu membantu pelaku usaha tersebut dalam menawarkan barang dagang mereka secara *online*, yaitu dengan membuat sebuah akun market place seperti *WhatsApp Business* dan juga Instagram. Dimana dengan adanya akun sosial media ini dapat mempermudah konsumen juga pelaku usaha dalam melakukan proses transaksi jual beli serta adanya layanan pesan antar sehingga tidak melakukan banyak interaksi yang berlebihan di masa pandemi ini.

Berikut adalah dokumentasi kegiatan pengabdian:



Penyerahan Surat Izin Untuk Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Kepada Lurah di Kelurahan Tanjung



*Survey Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
 "Warung Kerang Along" Kelompok 1 di Tanah Merah Kelurahan Tanjung Unggat*

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

UMKM yang ada di Tanjung Pinang terutama di Tanjung Unggat perlu adanya

P-ISSN: 3048-376X| E-ISSN: 3048-3778

Open Access

kepedulian dari pemerintah baik dari kelurahan ataupun kecamatan agar pihak UMKM bisa merasakan kemajuan yang ada di usaha mereka sendiri. Dari beberapa UMKM antara lain : UMKM Rajut, *Curry Puff*, dan Tanjak dimana kami mencari tahu apa saja yang perlu di lakukan agar bisa membantu untuk memajukan UMKM yang kami observasi dan bisa memberikan solusi kedepannya untuk memajukan usaha yang mereka miliki.

Warung Kerang Along (Warkalong)

Warung kerang along merupakan UMKM yang menjual beranekaragam seafood berupa berbagai jenis kerang seperti Gonggong, Kerang Bulu, Remis, Kijing dan sebagainya.

Usaha rumahan yang dijalankan oleh salah satu sepasang suami istri dan anak pertama yang bernama Izlin dari pemilik warung ini yang dikenal dengan panggilan “Along”, pada kegiatan PKM ini kami memberikan masukan atau edukasi kepada pemilik untuk melakukan pemasaran menggunakan media social yang akan bermanfaat untuk perkembangan usahanya di masa yang akan datang seperti: melalui media berita *online* untuk pengenalan kepada masyarakat bahwa di Tanjung Unggat terdapat berbagai macam jenis seafood segar dan olahan dan konsumen dapat membeli produk mereka.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

Warung Kerang Along (Warkalong)

1. Kepada *owner* warkalong agar memaksimalkan pelayanan yang lebih baik lagi kepada konsumen, sehingga menarik hati konsumen agar datang membeli bahkan menjadi pelanggan setia warkalong.
2. Hendaknya makanan olahan seafood yang dijual mengutamakan rasa, penampilan, dan kepuasan pelanggan.
3. Mengungguli promosi yang lebih baik dari para pengusaha kuliner lainnya. Dan disarankan kepada *owner* warkalong untuk lebih meningkatkan kualitas kebersihan outlet makanan dan pelayanan.
4. Kemudian apa yang sudah kami terapkan bersama dengan kerja samanya *owner*, semoga dapat di aplikasikan oleh *owner* dan dijadikan informasi untuk memperluas jaringan konsumen nya UMKM Warung Kerang Along.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agency, P. (1969). *Penggunaan Internet Secara Sehat*.
- [2] Internet, P., & Web, W. (2010). *BAB 2 LANDASAN TEORI 2.1 Pengertian*. 9–27.
- [3] McGee, R., Brennen, D. E., & Spector, A. A. (1977). Regulation of fatty acid biosynthesis in Ehrlich cells by ascites tumor plasma lipoproteins. *Lipids*, 12(1), 66–74. <https://doi.org/10.1007/BF02532975>
- [4] Muhajir, A. (2020). Modal Kerja, Perputaran Piutang, Persediaan Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, 10(1), 33 – 44.
- [5] Rosalina, D., Yuliari, K., Setianingsih, D., Zati, M. R., Ekonomi, F., & Kadiri, U. (2021). *Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kompetensi Literasi Digital Mahasiswa di Era Revolusi Industri 4 . 0 . 6*.
- [6] Triyanto, W. A. (2017). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan *Online* untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Kerajinan Tas. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 6(3), 63–67.



-
- [7] Wibowo, Y. G. (2021). *Analisa Literasi Digital Usaha Mikro , Kecil , Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan*. 7(1), 127–134.
 - [8] Agency, P. (1969). *Penggunaan Internet Secara Sehat*.
 - [9] Diandrino, D. (2018). *Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Kedai*.
 - [10] Rosa, Y. Del, & Idwar, I. (2021). Kajian Omzet UMKM Kota Padang Saat Pandemi Covid 19 Ditinjau Dari Faktor Internal dan Eksternal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 195–207. <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.195>