

**PENINGKATAN KOMPETENSI SDM UMKM DENGAN MENGGUNAKAN  
WIFI (WHATSAPP, INSTAGRAM, FACEBOOK DAN INTERNET) PADA  
UMKM DI JL. LOBAK, KECAMATAN TAMPAN, PEKANBARU****Gusnafitri**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau

Email : gusnafitri.new@gmail.com

**ABSTRAK**

UMKM dan potensi bagi mereka untuk berkembang cukup tinggi dilihat dari keadaan lingkungannya, tergantung bagaimana pelaku UMKM tersebut mengoperasikan usahanya untuk dapat bertahan dan bersaing dengan masing-masing kompetitornya. Namun, dikarenakan lingkungan yang padat penduduk bersamaan dengan banyaknya UMKM yang terus menerus bertambah mengharuskan pelaku UMKM untuk selalu *update* dan *upgrade* pengetahuan dan *skill* mereka yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi SDM yang dimiliki agar usahanya dapat terus berkembang, bertahan dan bersaing terhadap kompetitornya. Sebuah UMKM pada era serba digital dan kompetitif ini haruslah selalu meningkatkan kompetensi SDM dan usahanya dengan pengetahuan mengenai internet dan teknologi. UMKM sudah seharusnya mulai berangsur beralih menggunakan internet sebagai sarana pemasaran produknya. Didapati masih ada UMKM yang masih tidak memanfaatkan dan memaksimalkan penggunaan internet dan sosial media yang memiliki banyak keunggulan dalam kasus ini WhatsApp, Instagram, Facebook untuk memasarkan dan menjangkau lebih luas calon konsumennya. Beberapa UMKM yang dimana menjadi objek pelaksanaan PKM turut merasakan dampak positif hingga negatif dari pandemi Covid-19. Beberapa merasakan penurunan penjualan dan bahkan ada yang merasakan peningkatan permintaan selama pandemi

**Kata Kunci : Kompetensi SDM****Abstract**

*UMKM and the potential for them to develop is quite high judging from the situation. environment, depending on how the UMKM actors operate their business in order to survive and compete with their respective competitors. However, due to the densely populated environment along with the increasing number of MSMEs, it requires UMKM actors to always update and upgrade their knowledge and skills which aims to improve the competence of their human resources so that their business can continue to grow, survive and compete against its competitors. An UMKM in this digital and competitive era must always improve the competence of its human resources and business with knowledge of the internet and technology. UMKM should begin to gradually switch to using the internet as a means of marketing their products. It was found that there are still MSMEs that still do not utilize and maximize the use of the internet and social media which have many advantages in this case WhatsApp, Instagram, Facebook to market and reach a wider range of potential consumers. Several UMKM which are the object of PKM implementation also feel the positive to negative impacts of the Covid-19 pandemic. Some feel a drop in sales and some even feel an increase in demand during the pandemic*

**Keywords: SDM Competence**

## 1. PENDAHULUAN

Objek pada kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan sebagian kecil UMKM yang berada di Pekanbaru tepatnya yang berlokasi di Jl. Lobak Desa/Kelurahan Delima, Kecamatan/Kota Tampan, Kode Pos : 28294. Kota Pekanbaru, Riau. Secara geografis, Kecamatan Tampan berada pada koordinat  $101^{\circ} 22,45''\text{BT}$ – $101^{\circ} 23, 09''\text{BT}$  dan  $0^{\circ} 28, 41''\text{LU}$ – $0^{\circ} 29, 09''\text{LU}$  memiliki luas wilayah 59.81 km<sup>2</sup>. Kecamatan Tampan merupakan wilayah terluas dibandingkan kecamatan lain yang ada di wilayah Kota Pekanbaru. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 19 tahun 1987 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Pekanbaru, luas wilayah Kecamatan Tampan adalah 4.872 Km<sup>2</sup> atau sama dengan 9,46% dari luas kota Pekanbaru, yang sebagian besar wilayah

nya digunakan untuk perumahan atau perkarangan. Kecamatan Tampan merupakan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Kota Pekanbaru. Jumlah penduduk yang tinggi terjadi karena Kecamatan Tampan mempunyai wilayah yang luas dibanding dengan kecamatan lainnya. Adapun jumlah penduduk sesuai dengan data yang diperoleh penduduknya berjumlah 175.634 jiwa dengan 42.221 KK.

Sebagai Kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Kota Pekanbaru, dan sebagian besar wilayahnya digunakan untuk perumahan penduduk, menjadikan kecamatan Tampan salah satu lokasi yang tepat dan strategis bagi para UMKM untuk membangun usaha dan mengembangkan usahanya. Selain itu juga dikarenakan lokasi yang padat oleh penduduk yang menjadi nilai lebih bagi para UMKM untuk mengembangkan usahanya, ditambah lagi pada umumnya fokus usaha yang di jalankan UMKM di Jl. Lobak yaitu usaha yang bergerak di bidang penyediaan makanan dan minuman dan jasa pelayanan. Seperti UMKM yang kami kunjungi diantaranya adalah Ayam Penyet Pedas Lunak, Feandra Cake, Best Meat, Nasi Goreng Restu, Lemon's Laundry, Raf Printing dan Foto Copy Anugrah Copierindo. Dengan keadaan lingkungan tersebut menjadi kesempatan bagi UMKM dan potensi bagi mereka untuk berkembang cukup tinggi dilihat dari keadaan lingkungannya, tergantung bagaimana pelaku UMKM tersebut mengoperasikan usahanya untuk dapat bertahan dan bersaing dengan masing-masing kompetitornya.

Namun, dikarenakan lingkungan yang padat penduduk bersamaan dengan banyaknya UMKM yang terus menerus bertambah mengharuskan pelaku UMKM untuk selalu *update* dan *upgrade* pengetahuan dan *skill* mereka yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi SDM yang dimiliki agar usahanya dapat terus berkembang, bertahan dan bersaing terhadap kompetitornya.

## 2. PERMASALAHAN MITRA

Selama pelaksanaan PKM yang telah saya dan kelompok saya lakukan banyak pengetahuan baru yang saya dapatkan dan memperkaya wawasan saya mengenai aktivitas pemasaran produk dan pengelolaan SDM UMKM di dunia usaha yang harapannya dapat bermanfaat di masa yang akan datang nantinya. Misalnya, bagaimana UMKM mengontrol, meningkatkan SDM UMKM dan mengatur jalannya usaha selama pandemi untuk tetap mempertahankan usahanya, keputusan dan strategi apa yang tepat untuk dilakukan selama pandemi ini. Ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra seperti kurang pemahamannya mitra dalam hal dunia digital untuk mempromosikannya usahanya.

## 3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM yang dilaksanakan dengan cara tatap muka dan praktek "**Peningkatan Kompetensi SDM UMKM Dengan Menggunakan (WIFI) WhatsApp, Instagram, Facebook dan Internet**". Pertemuan tatap muka dengan metode *door to door*, dilanjutkan memberikan sebuah karya ilmiah dengan judul "Tutorial Penggunaan Facebook, Instagram, WhatsApp dan Internet untuk UMKM" beserta latihan/ praktek untuk membuat media sosial, mulai dari tutorial membuat facebook, tutorial membuat instagram dan tutorial membuat whatsapp. Dan terakhir dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dengan pelaku UMKM.

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk membantu para UMKM dalam memasarkan atau mempromosikan dagangan/jualannya ke sosial media agar banyak diketahui orang luar.

## 4. Hasil KEGIATAN

### Deskripsi Implementasi Tiap Program

1. Kami mendatangi beberapa UMKM yang berbeda-beda usaha yaitu :
  - a. Anugrah Copierindo, bergerak dibidang percetakan dan foto copy yang berlokasi di Jl. Lobak Pekanbaru
  - b. Ayam Penyet Lunak Ludes yang berlokasi di Jl. Lobak Pekanbaru
  - c. Lemon's Laundry yang berlokasi di Jl. Lobak Pekanbaru
  - d. Feandra Cake, menjual oleh-oleh dan cemilan yang berlokasi di Jl. Lobak Pekanbaru
  - e. Raf Printing, bergerak di bidang percetakan yang berlokasi di Jl. Lobak Pekanbaru
  - f. Yess Barbershop yang berlokasi di Jl. Lobak Pekanbaru
  - g. Nasi Goreng Restu yang berlokasi di Jl. Lobak Pekanbaru
2. Sebelum melakukan kegiatan kami memperkenalkan diri dan menjelaskan dan menyampaikan maksud dan tujuan kami
3. Kemudian kami membagikan karya ilmiah yang berisi tentang Tutorial Penggunaan Facebook, Instargam, WhatsApp dan Internet (WIFI) Untuk UMKM
4. Kami mulai mengajarkan bagaimana cara tutorial membuat facebook bisnis dan biasa, bagaimana cara tutorial membuat Instagram bisnis dan biasa, dan bagaimana cara tutorial membuat whatsapp bisnis dan biasa.
5. Kami juga meninggalkan No Hp yang bertujuan jika UMKM yang bersangkutan mengalami kesulitan pada saat menggunakan WhatsApp, Instagram, Facebook dan Internet dapat menghubungi kami.

Pelaksanaan PKM dengan tema Peningkatan Kompetensi SDM UMKM Dengan Menggunakan (WIFI) WhatsApp, Instagram, Facebook dan Internet yang di laksanakan di Jl. Lobak pada tanggal 11 Desember 2020 terlaksana dengan baik. Meskipun demikian, pada pelaksanaan tersebut bukan berarti tidak menemui kendala. Salah satu kendala yang ditemui pada kegiatan PKM ini adalah paa saat wawancara ada sebagian UMKM yang sudah jarang aktif menggunakan Instagram, dan juga banyak dari usaha mereka tidak menggunakan akun-akun bisnis contoh nya seperti facebook bisnis, instagram bisnis dan whatsapp bisnis, bahkan menganggap pemasaran melalui sosial media tidaklah begitu penting. Maka dari itu, kami melakukan pendampingan dengan memberikan makalah tentang tutorial penggunaan facebook, instagram, whatsapp dan internet (WIFI) untuk dapat memperdalam kemampuannya dalam menggunakan WhatsApp, Instagram, Facebook dan Intenet (WIFI) pada UMKM dan nantinya dapat dipraktekan sendiri oleh pelaku UMKM.

Menurut Anoraga (2019) Permasalahan oleh banyak pengusaha kecil dianggap sebagai aspek yang paling penting. Pendapat yang sering muncul adalah bahwa "kemampuan menghasilkan produk tetapi tidk disertai kemamuan memasarkan produk tersebut adalah kehancuran". Oleh karena itu, permasalahan di bidang pemasaran pada usaha kecil sering ditempatkan sebagai masalah utama di antara masalah-masalh lainnya.

Permasalahan usaha kecil pada bidang pemasaran terfokus pada tiga hal yaitu:

1. Permasalahan persaingan pasar dan produk
2. Permasalahan akses terhadap informasi pasar
3. Permasalahan kelembagaan pendukung usaha bisnis

Munculnya permasalahan-permasalahan bidang pemasaran pada usaha kecil tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor yang berpengaruh antara lain sumber daya manusia yaitu tingkat pendidikan dan keterampilan pengusaha, khususnya berkaitan dengan pemasaran. Pengusaha yang memiliki pendidikan dan keterampilan yang memadai akan dapat menyusun rencana dan

strategi pemasaran yang meliputi pengembangan produk, kebijakan penetapan harga, promosi, dan distribusi yang baik

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang sesuai dengan judul yang penulis ajukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Sebuah UMKM pada era serba digital dan kompetitif ini haruslah selalu meningkatkan kompetensi SDM dan usahanya dengan pengetahuan mengenai internet dan teknologi. UMKM sudah seharusnya mulai berangsur beralih menggunakan internet sebagai sarana pemasaran produknya.
2. Didapati masih ada UMKM yang masih tidak memanfaatkan dan memaksimalkan penggunaan internet dan sosial media yang memiliki banyak keunggulan dalam kasus ini WhatsApp, Instagram, Facebook untuk memasarkan dan menjangkau lebih luas calon konsumennya.
3. Beberapa UMKM yang dimana menjadi objek pelaksanaan PKM turut merasakan dampak positif hingga negatif dari pandemi Covid-19. Beberapa merasakan penurunan penjualan dan bahkan ada yang merasakan peningkatan permintaan selama pandemi.

## Pengakuan

Dalam hal pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana atas dukungan para civitas akademika dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau maka untuk itu kami mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 2019. *Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta : PT RINEKA CIPTA  
<https://pekanbarukota.bps.go.id/publication/2019/09/20/01c883ff84ae9578480dd18c/kecamatan-tampan-dalam-angka-2017.html>  
<https://www.google.com/maps/@0.4798446,101.410518,871m/data=!3m1!1e3!14>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mansuri, Ahsanul. 2016, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Pisang Goreng Coklat Keju Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Kajian Usaha Pisang Goreng Coklat Keju Di Kecamatan Tampar Kota Pekanbaru)*. Riau, Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau.
- Wijoyo, H. (2020). Socialization Of The Accreditation Assessment System (SISPENA) Of The National Accreditation Board For Early Childhood Education (PAUD) And Non Formal Education (PNF) In Bengkalis, Riau Province. *Jurnal Humanities Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 103-111.
- Wijoyo, H. (2021). Persepsi Mahasiswa Tentang Aplikasi Chatting Signal. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 153-156.
- Wijoyo, H. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Wijoyo, H., & Akbar, I. R. (2021). Strategi Usaha Menengah Kecil Dan Mikro Bertahan Di Era Pandemi-19. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 40-46.
- Wijoyo, H., & Haudi, H. (2021, January). PENYULUHAN TEKNIK PEMASARAN KERUPUK RASA JENGKOL “DONG DONG SNACK” PEKANBARU. In *PROSIDING SENANTIAS: Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 643-650).
- Wijoyo, H., Cahyono, Y., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2020). Digital economy dan pemasaran era new normal. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Wijoyo, H., Limakrisna, N., & Suryanti, S. (2021). The effect of renewal privacy policy whatsapp to customer behavior. *Insight Management Journal*, 1(2), 26-31.

Wijoyo, Hadion and Akbar, Mada Faisal and Safii, Abdul Rahman and Prasada, Dodi and Yusuf, Ade and Sudarsono, Agus and Widiyant, W., The Effect of Tax Stimulus during the COVID-19 Pandemic in Improving the Performance of Taxpayers (May 27, 2021).