



STIMATA

Leading • Inovating • Optimistic • Noble

E-ISSN : -
P-ISSN : -

JURNAL ABDIMAS

InoTeK

Jurnal Pengabdian Masyarakat, Inovasi & Teknologi

VOLUME 1
NOMER 2 **DESEMBER 2024**

PELATIHAN TEKNOLOGI INFORMASI PENGENALAN DASAR MICROSOFT EXCELL UNTUK MENUNJANG PENCATATAN PEMBUKUAN BAGI UMKM DI MALANG

Dwi Safiroh Utsalina, Jauharul Maknunah, Mahmud Yunus, Rahayu Widayanti, Mochamad Husni

PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MEMPERLUAS PEMASARAN PRODUK UMKM

Rahayu Widayanti, Mochamad Husni, Jauharul Maknunah

PENGENALAN PERANGKAT KERAS KOMPUTER DAN SISTEM OPERASI WINDOWS KEPADA UMKM MALANG RAYA

Dinny Wahyu Widarti, Eka Yuniar, Karmilasari, Samsul Arifin, Andri Prasetyo, Heri Purnomo, Weda Adistianaya Dewa

PELATIHAN PEMBUATAN POSTER PRODUK DENGAN CANVA UNTUK MENINGKATKAN BRANDING UMKM PADA PEMASARAN DIGITAL BERBASIS SOSIAL MEDIA

Khoerul Anwar, Mahmud Yunus

PELATIHAN PEMANFAATAN MICROSOFT WORD UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI OPERASIONAL BISNIS BAGI PELAKU UMKM MALANG RAYA

Eni Farida, Dian Wahyuningsih, Evy Sophia, Linda Suci Rahmawati, Sujito

website : <http://ejurnal.stimata.ac.id/?journal=inotek>
email : inotek@stimata.ac.id

JURNAL ABDIMAS INOTEK

Ruang Lingkup :

Jurnal Abdimas Inotek merupakan jurnal pengabdian kepada masyarakat yang diterbitkan oleh STMIK PPKIA Pradnya Paramita, digunakan sebagai media publikasi kajian ilmiah hasil pengabdian kepada masyarakat yang mencakup inovasi dan teknologi, digital marketing, penerapan hasil kekayaan intelektual dan kajian lain yang relevan.

Penerbitan Jurnal Abdimas Inotek dilakukan dua kali dalam satu tahun, yaitu pada **Juni** dan **Desember**.

Chief Editor : Jauharul Maknunah (STMIK PPKIA Pradnya Paramita)

Tim Editor :

- Mahmud Yunus (STMIK PPKIA Pradnya Paramita)
- Eni Farida (STMIK PPKIA Pradnya Paramita)
- Sujito (STMIK PPKIA Pradnya Paramita)
- Luqman Affandi (Politeknik Negeri Malang)
- Ahmad Bukhori (IAI Al-Qolam Malang)

Tim Reviewer :

- Tubagus Mohammad Akhriza (STMIK PPKIA Pradnya Paramita)
- Khoerul Anwar (STMIK PPKIA Pradnya Paramita)
- Indah Dwi Mumpuni (STMIK PPKIA Pradnya Paramita)
- Sri Eka Astuningsih (UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)
- Rita Alfin (STIE Wali Songo Gempol Pasuruan)
- Karmilasari (Universitas Gunadarma)
- Weda Adistianaya Dewa (STMIK PPKIA Pradnya Paramita)

Alamat Penerbitan :

Lembaga Penerbitan
STMIK PPKIA PRADNYA PARAMITA MALANG
Jl. Laksda Adi Sucipto 249 A Malang
Telp. 0341 – 412699, Fax. 0341 – 412782
Email: lppm@stimata.ac.id

DAFTAR ISI

Pelatihan Teknologi Informasi Pengenalan Dasar Microsoft Excell Untuk Menunjang Pencatatan Pembukuan Bagi UMKM di Malang

Dwi Safiroh Utsalina1, Jauharul Maknunah, Mahmud Yunus, Rahayu Widayanti, Mochamad Husni1-9

Pelatihan Digital Marketing Untuk Memperluas Pemasaran Produk UMKM

Rahayu Widayanti, Mochamad Husni, Jauharul Maknunah10-19

Pengenalan Perangkat Keras Komputer dan Sistem Operasi Windows Kepada UMKM Malang Raya

Dinny Wahyu Widarti, Eka Yuniar, Karmilasari, Samsul Arifin, Andri Prasetyo, Heri Purnomo, Weda Adistianaya Dewa20-29

Pelatihan Pembuatan Poster Produk dengan Canva untuk Meningkatkan Branding UMKM Pada Pemasaran Digital Berbasis Sosial Media

Khoerul Anwar, Mahmud Yunus30-37

Pelatihan Pemanfaatan Microsoft Word Untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional Bisnis Bagi Pelaku UMKM Malang Raya

Eni Farida, Dian Wahyuningsih, Evy Sophia, Linda Suvi Rahmawati, Sujito38-45

Pelatihan Teknologi Informasi Pengenalan Dasar Microsoft Excell Untuk Menunjang Pencatatan Pembukuan Bagi UMKM di Malang

Dwi Safiroh Utsalina^{1*}, Jauharul Maknunah², Mahmud Yunus³, Rahayu Widayanti⁴, Mochamad Husni⁵

^{1,2,4,5}Teknik, Sistem Informasi, STMIK Pradnya Paramita, Malang

³Teknik, Teknologi Informasi, STMIK Pradnya Paramita, Malang

*corresponding author, email: utsalina@stimata.ac.id

Info Artikel

Article history

Received : 12 November 2024

Revised : 27 November 2024

Accepted : 18 Desember 2024

Keywords

Bookeping,
Ms.Excell,
UMKM

ABSTRAK

This community service program aimed to enhance the bookkeeping skills of micro, small, and medium enterprises in Malang by training participants on the fundamental use of Microsoft Excel. The training addressed challenges faced by participants, such as the inefficiency and inaccuracy of manual bookkeeping methods, by introducing key Excel features like formulas, tables, and financial calculations relevant to their business operations. The one-day program included interactive lectures, discussions, and practical exercises, with participants' comprehension evaluated through pre-test and post-test assessments. The pre-test results, with an average score of 2.29 categorized as poor, reflected participants' initial unfamiliarity with Excel. After the training, the post-test average score improved significantly to 3.61, categorized as good, demonstrating enhanced understanding and skills in using Excel for financial reporting, including production cost calculations. The program successfully achieved its objective of empowering participants with essential technological competencies tailored to their business needs. It underscores the value of targeted training in addressing skill gaps and enhancing the operational efficiency of micro, small, and medium enterprises through effective adoption of technology.

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi, khususnya aplikasi computer, telah menjadi kebutuhan esensial dalam berbagai bidang, termasuk operasional bisnis. Salah satu aplikasi yang banyak digunakan adalah Microsoft Excel, yang memungkinkan pengelolaan data dan perhitungan angka secara efektif, sehingga sangat bermanfaat untuk menunjang pencatatan pembukuan. Namun, di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), masih banyak yang mengandalkan metode manual seperti penggunaan kalkulator. Metode ini rentan terhadap kesalahan, seperti transaksi yang terlewat atau perhitungan ulang yang tidak efisien.

Pelaku UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian, baik secara lokal maupun global. Mereka menjadi penggerak utama penciptaan lapangan kerja [1], peningkatan kesejahteraan perekonomian [2], serta pemerataan ekonomi. Dalam konteks ini, kemampuan memanfaatkan teknologi informasi, termasuk Microsoft

menjadi penting untuk meningkatkan efisiensi dana akurasi pencatatan pembukuan mereka.

Berdasarkan uraian sebelumnya, seputar peran UMKM dan pentingnya memanfaatkan teknologi, khususnya Microsoft Excel serta beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM berkaitan dengan pencatatan atau pembuatan laporan keuangan yang efektif, yaitu menggunakan Microsoft Excel, seperti yang dilakukan [3, 4, 5], maka dirasa perlu melaksanakan kegiatan serupa berupa pengabdian kepada Masyarakat seputar Pelatihan Microsoft Excel bagi UMKM. Kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberikan pelatihan dasar Microsoft Excel kepada pelaku UMKM di Malang. Pelatihan mencakup pengenalan formula dasar, pembuatan tabel data, dan perhitungan harga pokok produksi. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, dan praktik langsung dengan pengukuran efektivitas melalui pre-test dan post-test.

Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan Microsoft Excel sebagai alat pendukung dalam pencatatan pembukuan. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional UMKM serta memberikan kontribusi bagi penguatan daya saing ekonomi lokal dan nasional.

2. Metode

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) bagi UMKM selama satu hari yaitu pada tanggal 12 Juni 2024 bertempat di laboratorium komputer Malang Creative Center (MCC) di jalan Ahmad Yani Blimbing kota Malang, terdiri dari beberapa tahapan yang dibagi dalam 3 bagian, yaitu :

a. Pra Pelaksanaan

Mengawali kegiatan ini diawali dengan berkoordinasi dengan pihak manajemen MCC untuk mengajukan ijin menggunakan laboratorium komputer, setelah mendapatkan ijin dari manajemen dilanjutkan dengan menentukan jadwal penggunaan laboratorium, tahapan selanjutnya berkoordinasi dengan koordinator UMKM untuk menyampaikan jadwal pelatihan dan materi yang akan disampaikan.

b. Pelaksanaan

Pada pelaksanaan pelatihan, dimulai dengan pengisian daftar hadir dan membagikan kuesioner (pre-test) kepada peserta, setelah semua peserta mengumpulkan pre-test, kegiatan berikutnya adalah penyampaian materi, dan dilanjutkan dengan kegiatan praktik, yaitu masing-masing peserta mencoba secara langsung menggunakan aplikasi microsoft Excel untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh mentor . Sebelum kegiatan diakhiri, dibagikan kembali post-test kepada peserta. Materi pelatihan microsoft excel, yang disampaikan dengan metode ceramah dan praktik atau latihan sebagai berikut:

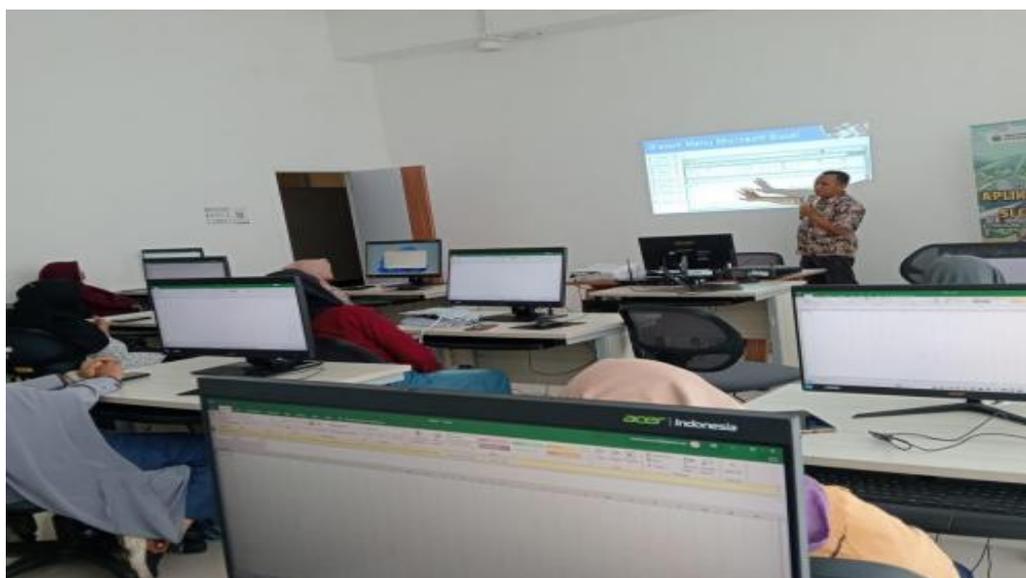
- Pengenalan aplikasai microsoft excel dan penggunaannya
- Mengaktifkan microsoft excel dimulai dari membuka aplikasi melalui start menu, dan membuka workbook
- Memahami sistem menu yaitu, tool bar, menu bar, ribbon, formula bar, cell pointer, worksheet, tasheet
- Bekerja dengan worksheet atau lembar kerja yang terdapat pada Microsoft excel dapat digunakan untuk memasukkan data, mengedit data, membuat tabel, grafik serta formula

- Mempelajari formula atau operasi dasar microsoft excell yaitu simbol-simbol yang digunakan untuk penjumlahan, pengurangan, pembagian, persentase, fungsi tanggal, number dan lain-lain
- Latihan membuat perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan Microsoft excel sesuai dengan usaha yang dijalankan oleh masing-masing pelaku UMKM.

Dokumentasi kegiatan pelatihan berupa foto-foto kegiatan dapat dilihat pada gambar 1 sampai dengan gambar 3



Gambar 1 Peserta Pelatihan

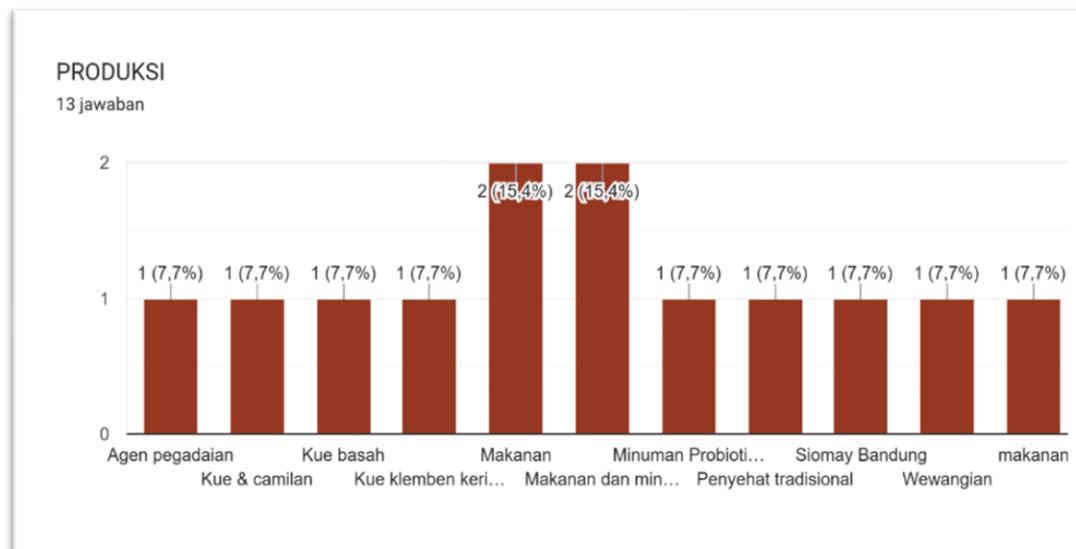


Gambar 2 Penyampaian Materi



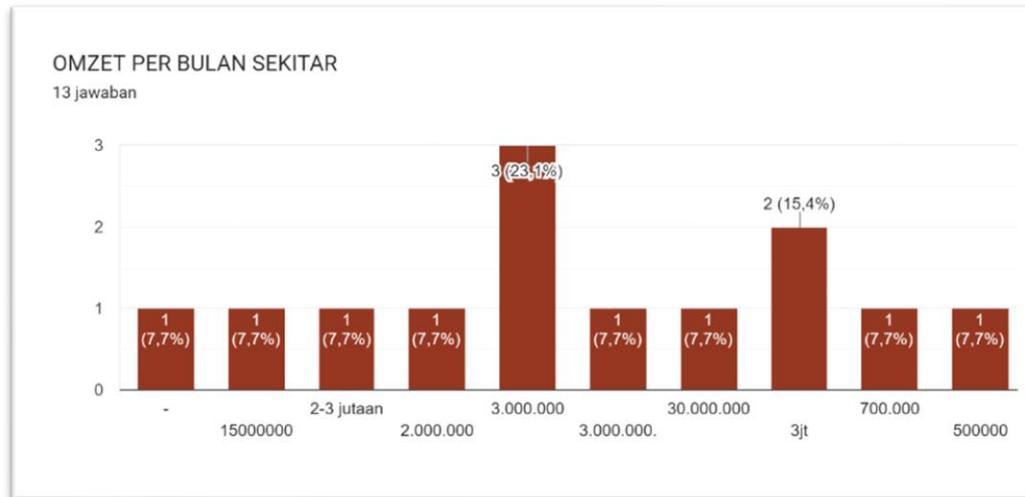
Gambar 3 Praktik Pelatihan

Identifikasi latar belakang peserta pelatihan UMKM terdapat pada gambar 4 dan 5.



Gambar 4 Grafik Jenis Produksi UMKM Peserta Pelatihan

Dari 13 UMKM diketahui, bahwa sebagian besar merupakan industri makanan dan minuman.



Gambar 5 Grafik Omzet UMKM Perbulan

Pada gambar 5 diketahui, bahwa 13 UMKM peserta pelatihan memiliki omzet terendah Rp.500.000 (lima ratus ribu rupiah) dan tertinggi Rp. 30.000.000 (tiga puluh juta rupiah).

- c. Evaluasi pelatihan sebelum penyampaian materi dengan memberikan pre-test dan pada akhir materi diberikan post-test.

Berkomunikasi dengan koordinator dan perwakilan UMKM bermaksud untuk dapat diketahui masalah pada pelaku UMKM, serta membahas pemecahan masalah dengan memberikan gambaran singkat dari pelatihan yang akan diberikan.. Menyusun rencana materi pelatihan microsoft excel guna menambah wawasan dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengoperasikannya. Pelatihan ini di mulai dengan memberikan tes terlebih dahulu untuk mengetahui pemahaman peserta tentang microsoft excel. Tahap pelatihan terdiri dari pengenalan dasar microsoft excel dengan mempelajari kegunaan aplikasi microsoft excel, cara mengaktifkan, memperkenalkan menu-menu microsoft excel, cara bekerja dengan lembar kerja (worksheet), dan praktek atau latihan. Setelah pelatihan di akhir materi peserta diberikan tes kembali dengan soal yang sama dengan tes awal dengan tujuan untuk membandingkan pemahaman yang didapatkan peserta sebelum dan setelah menerima materi pelatihan [6]. Metode yang digunakan dalam menyampaikan materi pelatihan meliputi [7]:

- 1) Ceramah yaitu menyampaikan teori dan konsep dasar agar peserta mengetahui dan memahami materi yang dipelajari oleh peserta
- 2) Praktek atau latihan dengan cara memberikan tugas kepada peserta untuk mengerjakan soal-soal menggunakan microsoft excel.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan dasar Microsoft Excel bagi pelaku UMKM di Malang berjalan dengan lancar dan berhasil menjawab permasalahan utama, yaitu rendahnya kemampuan peserta dalam melakukan pencatatan pembukuan secara akurat dan efisien. Peserta yang terdiri dari pelaku UMKM yang sebelumnya menggunakan metode manual dengan kalkulator untuk pencatatan pembukuan.

Selama pelatihan, peserta dikenalkan dengan fitur dasar Microsoft Excel, termasuk pembuatan tabel data, penggunaan formula untuk perhitungan harga pokok produksi

(HPP), serta cara Menyusun laporan keuangan secara lebih terstruktur. Untuk mengukur efektivitas pelatihan, dilakukan pre-test (sebelum pelatihan) dan post-test (setelah pelatihan).

Tim pengabdian kepada Masyarakat melakukan evaluasi terhadap peserta untuk mengetahui tingkat pemahaman materi yang diajarkan menggunakan pre-test dan post-test, dengan penilaian menggunakan skala likert 5 poin sebagai berikut:

Hasil penilaian :

5 = sangat baik

4 = baik

3 =cukup

2 =kurang

1 =sangat kurang

Besarnya interval kelas rata-rata (mean) setelah diketahui, kemudian dibuat rentang skala, sehingga dapat diketahui Dimana letak rata-rata penilaian responden terhadap setiap variabel yang dipertanyakan. Rentang skala mean tersebut ditunjukkan sebagai berikut [8]:

1,00 - < 1,80 = Sangat kurang

1,80 - < 2,60 = Kurang

2,60 - < 3,40 = Cukup

3,40 - < 4,20 = Baik

4,20 ± 5,00 = Sangat baik

Tabel 1 dan 2 adalah data pre-test dan post-test melalui kuesioner yang telah dibagikan dan diisi oleh peserta pelatihan

Tabel 1 Data Pretest

Pertanyaan	Responden												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Apakah bapak ibu telah mengenal program Ms excel	3	3	4	3	3	2	4	2	2	3	3	3	1
Apakah bapak ibu sering menggunakan Ms excel	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	3	1
Apakah bapak ibu telah memahami pembuatan laporan keuangan	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	1
Apakah bapak ibu telah menggunakan Ms excel dalam pembuatan laporan keuangan	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	3	1
Apakah bapak ibu memahami tentang perhitungan HPP	3	3	4	3	4	1	4	1	4	2	2	3	1
Apakah bapak ibu mengerti bagaimana menentukan harga jual	3	3	4	3	4	1	4	1	4	3	3	3	1
Apakah bapak ibu mengerti tentang pembuatan laporan laba rugi	2	3	3	3	3	1	2	2	4	3	3	2	1

Tabel 2 Data Postest

Pertanyaan	Responden							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Apakah bapak ibu telah mengenal program Ms excel	5	3	4	4	5	4	3	3
Apakah bapak ibu sering menggunakan Ms excel	3	3	3	2	4	2	1	3
Apakah bapak ibu telah memahami pembuatan laporan keuangan	4	3	3	4	5	4	3	3
Apakah bapak ibu telah menggunakan Ms excel dalam pembuatan laporan keuangan	4	3	4	4	5	4	3	3
Apakah bapak ibu memahami tentang perhitungan HPP	4	3	4	4	5	4	4	3
Apakah bapak ibu mengerti bagaimana menentukan harga jual	4	3	5	4	5	4	3	3
Apakah bapak ibu mengerti tentang pembuatan laporan laba rugi	4	3	4	4	5	3	3	3

Berdasarkan tabel 3 dan tabel 4 diketahui bahwa setelah mengikuti pelatihan, tingkat pemahaman peserta pelatihan dari 2,29 (kurang), menjadi 3,61 (baik) sehingga pelatihan yang diberikan memberikan manfaat bagi peserta pelatihan.

Tabel 3. Hasil Pre Test

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Rata-rata
1.	Apakah bapak ibu mengenal program excel	1	3	7	2	0	2,77
2.	Apakah bapak ibu sering menggunakan excel	8	4	1	0	0	1,46
3.	Apakah bapak ibu memahami pembuatan laporan keuangan	2	8	4	0	0	2,31
4.	Apakah bapak ibu menggunakan excel dalam pembuatan laporan keuangan	8	4	1	0	0	1,46
5.	Apakah bapak ibu memahami perhitungan HPP	3	2	4	4	0	2,69
6.	Apakah bapak ibu mengerti menentukan harga jual produk	3	0	6	4	0	2,85
7.	Apakah bapak ibu mengerti tentang pembuatan laporan laba rugi	2	4	6	1	0	2,46
RATA-RATA							2,29

Tabel 4. Hasil Post Test

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Rata-rata
1.	Apakah bapak ibu mengenal program excel	0	0	3	3	2	3,88
2.	Apakah bapak ibu sering menggunakan excel	1	2	4	1	0	2,63
3.	Apakah bapak ibu memahani pembuatan laporan keuangan	0	0	4	3	1	3,63
4.	Apakah bapak ibu menggunakan excel dalam pembuatan laporan keuangan	0	0	3	4	1	3,75
5.	Apakah bapak ibu memahami perhitungan HPP	0	0	2	5	1	3,88
6.	Apakah bapak ibu mengerti menentukan harga jual produk	0	0	3	3	2	3,88
7.	Apakah bapak ibu mengerti tentang pembuatan laporan laba rugi	0	0	4	3	1	3,63
RATA-RATA							3,61

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan pengenalan dasar microsoft excel untuk menunjang pencatatan pembukuan bagi UMKM telah diselenggarakan oleh Tim PKM STMIK PPKIA Pradnya Paramita. Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini diketahui sangat direspon oleh peserta dilihat dari antusias dan semangat peserta berdiskusi atau tanya jawab yang sekaligus dalam praktek menerapkan penggunaan microsoft excel yang diajukan oleh peserta pelatihan. Pengukuran tingkat keseriusan peserta dapat diketahui dari hasil pretest sebelum menerima materi pelatihan sebesar 2,29 (kurang) dan hasil posttest sebesar 3,61 kategori baik artinya ada peningkatan pemahaman setelah mengikuti pelatihan dari materi microsoft excel yang telah diajarkan kepada peserta. Pelaksanaan pelatihan telah berjalan dengan baik dan seluruh peserta mengiktui sampai berakhirnya pelatihan serta memahami materi dengan mudah karena penyampaiannya dengan cara sederhana. Dari hasil evaluasi yang telah kami lakukan dapat disimpulkan bahwa peserta dapat menerima, memahami kegiatan ini serta bertambah kemampuan menggunakan aplikasi microsoft excel untuk menunjang pencatatan pembukuan. Pelatihan ini semacam ini pada waktu yang akan datang dapat diberikan dengan materi lanjutan agar pemahaman dan keterampilan menggunakan aplikasi microsoft excel lebih lengkap, tujuannya agar dapat tercipta masyarakat Indonesia yang lebih baik dalam memahami teknologi informasi di era globalisasi

Ucapan Terimakasih

Kami sampaikan terima kasih kepada pihak MCC yang telah mengizinkan tim pengabdian melaksanakan pelatihan, terima kasih kepada peserta (UMKM) yang telah bersemangat mengikuti pelatihan. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Ketua STMIK Pradnya Paramita (STIMATA), Ketua LRPPM STIMATA.

Referensi

- [1] Sulastri, "Kementerian Keuangan Republik Indonesia," 08 Desember 2022. [Online]. Available: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-balikpapan/baca-artikel/15677/Peran-Penting-UMKM-dalam-Ancaman-Isu-Resesi.html#:~:text=UMKM%20mampu%20menyerap%2097%20persen,serap%20tenaga%20kerja%20sangat%20besar..> [Accessed 20 Desember 2024].
- [2] E. Sirait, B. H. Sugiharto, J. Abidin, N. S. Padang and J. E. Putra, "Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia," *J Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, vol. 5, no. 7, 2024.
- [3] A. T. Adriyanto, W. Saddewisasi and A. Prasetyo, "Pelatihan Pembukuan Sederhana Berbasis Microsoft Excel Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Semarang," *J Pengabdian Kepada Masyarakat Radisi*, vol. 3, no. 2, 2023.
- [4] A. Saggaf, I. M. Siregar, M. Puspita, D. Pratama And M. Hidayat, "Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Software," *Jurnal Abdimas Mandiri*, vol. 7, no. 1, 2023.
- [5] A. Desiani, "Pemanfaatan Ms.Excel untuk Pembukuan Keuangan UMKM Desa Bangsal Kecamatan Pampangan," *J Pengabdian Kepada Masyarakat DINAMISIA*, vol. 5, no. 1, 2020.
- [6] William and Hita, "Mengukur Tingkat Pemahaman Pelatihan PowerPoint Menggunakan Quasi-Experiment One-Group Pretest-Posttest," vol. 20, no. 1, pp. 71-80, 2019.
- [7] "Peningkatan Kompetensi Guru dalam Penguasaan Teknologi Informasi dan Komunikasi melalui Pelatihan Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Android," *Jurnal Teknik Elektro dan Vokasi JTEV*, vol. 5, no. 2, 2019.
- [8] N. N. Noor, "Pengaruh Stres Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan," *J. Adm. Bisnis*, vol. 31, no. 1, pp. 1-15, 2016.

Pelatihan Digital Marketing Untuk Memperluas Pemasaran Produk UMKM

Rahayu Widayanti^{1*}, Mochamad Husni², Jauharul Maknunah³

¹²³Teknik, Sistim Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita, Malang

*Email: rahayu@stimata.ac.id

Info Artikel

Article history

Received : 12 November 2024

Revised : 28 November 2024

Accepted : 20 Desember 2024

Keywords

Pemasaran, Copywriting,
Digital Marketing

ABSTRAK

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Malang Regency do not have the right marketing strategy to market their products. Product marketing involves the process of introducing a product to consumers, engaging their interest and turning interest into a desire to buy. A marketing strategy is a set of business steps that have been incorporated at the level of a product presentation to entice consumers to buy a product. Digital marketing is promoting a brand of goods or services that is carried out through digital media. The goal of this marketing is to reach as many customers as possible in an efficient, relevant, and efficient way. The training activities aim to increase MSMEs' knowledge about the importance of attracting consumers to put products in the basket, ensuring that buyers are familiar with the products offered, verify, and repeat product purchases. The target output of this activity is 1) providing knowledge about creating digital content using canva, 2) knowledge of copywriting techniques, 3) knowledge about business Instagram. The methods used in training activities include lectures, discussions and presentations of training results. The stages carried out in this activity are 1 training and mentoring, 2) digital content creation and copywriting using canva 3) creating and operating Instagram business, 4) presentation of training results. The conclusion of the results of this training is that the level of understanding of MSMEs towards the entire program is good with an average score of 3.9. Some things to do

1. Pendahuluan

Di Era globalisasi saat ini Teknologi Informasi memberikan banyak kemudahan dalam bidang bisnis, perdagangan barang dan jasa. Produsen dan konsumen sudah banyak yang mendapatkan manfaat dari Internet untuk meningkatkan kemajuan usahanya bahkan memenangkan persaingan. Pemanfaatan Teknologi Informasi digunakan oleh pelaku usaha untuk memasarkan produknya, sehingga biaya pemasaran produk menjadi lebih murah dan jangkauan pasar menjadi lebih luas. Dalam era digital ini kemampuan penguasaan teknologi informasi menjadi sangat penting dalam mempercepat Revolusi Usaha Mikro 4.0 (Sutopo, 2018). UMKM merupakan tulang punggung dari kemajuan sosial ekonomi dan menjadi tonggak penopang sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya dapat meminimalisir masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, tetapi juga untuk mengurangi kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. (Tambunan T, 2019).

Hambatan dalam pengembangan UMKM adalah masih sedikitnya usaha yang menggunakan teknologi informasi dalam menjalankan kegiatan usahanya. Peran teknologi informasi bagi pelaku UMKM sangat penting, mengingat kompetitor atau pesaingnya tidak hanya dari bisnis lokal atau regional, tetapi telah melibatkan pelaku usaha bisnis berskala internasional. Menurut (H.Bouwman et al, 2019) kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah adalah sumber daya manusia dan keterbatasan pengetahuan teknologi. Penggunaan teknologi informasi bagi pelaku usaha merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan skala ekonomi, pengelolaan bisnis yang efisien dan memperluas pangsa pasar (Sundaran et al, 2020). Penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran produk agar dikenal masyarakat luas, dikenal sebagai digital marketing. Melalui media sosial dapat mengukur keberhasilan penjualan dengan menganalisis perilaku konsumen di media digital.

Penggunaan blog, website, e-mail dan berbagai jaringan media sosial seperti facebook, twitter, instagram sudah banyak dipergunakan dalam bisnis. Saat ini UMKM menggunakan media sosial untuk promosi dan penjualan, namun tidak mengelolanya dengan baik. Hanya sebagian kecil yang menggunakan media sosial secara efektif seperti melakukan profiling pelanggan potensial, mengukur dampak konten promosi dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Wulandari dkk, 2018). Padahal menurut (Rejeki, 2016) aplikasi media sosial merupakan alat yang efektif untuk pemberdayaan UMKM.

Menurut (Yuvaraj et al, 2018) pemasaran melalui digital marketing memungkinkan pemilik merek dapat melakukan komunikasi secara langsung maupun tidak langsung dengan pasar sasaran. Digital marketing juga mampu membangun brand sehingga konsumen dengan mudah dapat mengingat bentuk iklan dari brand tersebut dari perangkat digital miliknya. Digital marketing bukan lagi pilihan tetapi merupakan strategi bisnis mendasar yang harus diintegrasikan dan diadaptasi oleh perusahaan. Penggunaan digital marketing pada perusahaan memiliki banyak manfaat antara lain memberikan pengaruh besar pada hubungan antara brand dengan konsumen, dan mempunyai pengaruh positif dalam branding produk (Boric, 2016). Strategi merek yang tepat dapat dibuat dengan cara mempelajari perilaku konsumen, baik cara berpikir maupun cara bertindak mereka. Digital marketing melalui media sosial memberikan hasil yang efektif dan efisien bagi perusahaan. Salah satu kelebihanannya adalah dapat menjangkau konsumen secara lebih luas dan dapat meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) produk (Sya'idah et al, 2019). Digital marketing tidak memiliki pengaruh langsung terhadap brand image produk tetapi melalui mediasi brand awareness dan E-WOM. Dengan demikian UMKM dapat membuat strategi yang tepat untuk meningkatkan brand image melalui pemanfaatan media social dan situs web (Suryani dkk, 2021).

2. Target dan Luaran

Digital marketing dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau *brand* produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital. Tujuan pemasaran ini adalah menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang efisien, relevan, dan efektif. *Digital marketing* banyak menggunakan media-media daring. Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dapat membangun citra merek dan meningkatkan eksposur pada target pasar. *Digital marketing* dapat menjadi alat yang efektif karena dapat menjangkau berbagai kalangan usia dan latar belakang. Fitur-fitur pemasaran yang kini melekat di berbagai media sosial juga menjadi salah satu

daya tarik besar untuk dimanfaatkan perusahaan. Selain itu, *digital marketing* menawarkan kemudahan evaluasi dari strategi-strategi yang telah diterapkan, dibandingkan metode pemasaran konvensional. Selain itu, biaya yang harus dikeluarkan untuk *digital marketing* relatif lebih murah ketimbang cara-cara tradisional.

Tujuan serta jenis luaran yang dihasilkan dalam pengabdian pada masyarakat ini adalah agar UMKM dapat memahami tentang:

1. Pembuatan konten digital yang baik dan menarik.
2. Pembuatan Copywriting untuk mendukung desain iklan yang dibuat.
3. Pembuatan dan pengoperasian Instagram bisnis, untuk mengetahui jangkauan iklan yang ditayangkan, serta untuk mengevaluasi strategi marketing yang dibuat.

3. Metode Pelaksanaan

Tahapan pengabdian masyarakat dengan judul “Pelatihan Digital Marketing Untuk Memperluas Pemasaran Produk UMKM” dilakukan mengikuti acuan yang terdapat pada Gambar 1 diagram alir pengabdian kepada masyarakat (PKM):



Gambar 1. Diagram alir PKM

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan observasi lapangan untuk mengetahui analisis masalah UMKM. Hal tersebut dimaksudkan agar pelaksanaan kegiatan dapat disesuaikan dengan permasalahan yang terjadi pada UMKM. Hasil observasi yang dilakukan, diketahui bahwa permasalahan yang terjadi adalah kurangnya pengetahuan dari UMKM tentang *digital marketing* untuk memperluas pemasaran produk. Produk dari UMKM telah mempunyai desain pemasaran, namun dinilai belum menarik jika dipasarkan secara digital, sehingga perlu diberikan pelatihan pembuatan konten digital menggunakan aplikasi canva. Tahapan pelaksanaan PKM meliputi :

1. Observasi dan analisis masalah
Melakukan analisis masalah terhadap pemasaran yang telah dilakukan oleh UMKM. Pengenalan ini dilakukan melalui metode diskusi dan tanya jawab terhadap ke-3 UMKM yang menceritakan pengalaman dan kesulitan yang dihadapi dalam pemasaran. Kendala-kendala yang dirasakan oleh UMKM beranekaragam, diantaranya kurangnya kemampuan dalam pemasaran digital, pembuatan konten yang menarik, kurangnya kreativitas dan inovasi, kurangnya pengalaman mengaplikasikan digital marketing. Tim pengabdian lalu menginventarisir kesulitan dalam masalah2 tersebut.
2. Study literatur dan penyusunan materi pelatihan
Kegiatan mencari referensi yang berkaitan dengan kegiatan PKM, menyusun materi pelatihan, serta menyusun evaluasi bagi peserta
3. Pelatihan dan pendampingan

Kegiatan pelatihan meliputi pelatihan pembuatan konten digital melalui canva, pelatihan pembuatan copywriting, serta pembuatan dan pengelolaan Instagram bisnis.

4. Evaluasi dilakukan sebelum dan setelah kegiatan pelatihan selesai untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diajarkan, materi evaluasi terdapat pada tabel 1.
5. Implementasi hasil pelatihan
 - Peserta diminta mempresentasikan hasil konten digital
 - Peserta diminta mempresentasikan hasil copywriting
 - Peserta diminta mengaplikasikan hasil konten digital dan copywriting pada Instagram bisnis yang telah dibuat.
 - Selanjutnya dilakukan perbaikan pada akun2 tersebut, dilakukan pembelajaran dan simulasi sehingga UMKM dapat mengoperasikan dan melakukan kreatifitas dan inovasi pada akun sosial media yang dimiliki untuk memperluas jaringan pemasaran.
 - Berdasarkan konten yang telah diimplementasikan peserta diajarkan melakukan profiling pelanggan potensial, mengukur dampak konten promosi dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan
6. Evaluasi

Tim pengabdian masyarakat melakukan evaluasi terhadap peserta untuk mengetahui tingkat pemahaman akan materi yang diajarkan menggunakan pra dan posttest, dengan penilaian menggunakan skala likert sebagai berikut:

Hasil penilaian :

5= sangat baik

4= baik

3= cukup

2= kurang

1= sangat kurang

Besarnya interval kelas rata-rata (*mean*) setelah diketahui, kemudian dibuat rentang skala, sehingga dapat diketahui dimana letak rata-rata penilaian responden terhadap setiap variabel yang dipertanyakan. Rentang skala mean tersebut ditunjukkan sebagai berikut:

1,00 - < 1,80 = Sangat kurang

1,80 - < 2,60 = Kurang

2,60 - < 3,40 = Cukup

3,40 - < 4,20 = Baik

4,20 ± 5,00 = Sangat baik

Tabel 1. Daftar pertanyaan evaluasi

No	Keterangan	NILAI ANGKET		
		UMKM 1	UMKM 2	UMKM 3
1.	Pengetahuan desain konten digital yang baik			
2.	Pengetahuan pembuatan konten digital melalui canva			
3.	Pengetahuan copywriting yang baik			
4.	Pemahaman strategi pemasaran menggunakan digital marketing			
5.	Pengetahuan Instagram bisnis			
6.	Pengetahuan pengelolaan Instagram bisnis			
	RATA-RATA			

4. Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan digital marketing telah dilaksanakan oleh Tim Pengabdian Masyarakat terhadap 3 UMKM di kabupaten Malang yang bergerak dalam bidang produk percetakan, obat herbal, dan skincare. Kegiatan ini diawali dengan observasi terhadap ke-3 mitra tersebut untuk mengumpulkan informasi, menganalisis masalah dan mengidentifikasi segala yang berkaitan dengan UMKM khususnya mengenai pemasaran yang telah dilakukan. Tim pengabdian masyarakat melakukan pengumpulan berbagai referensi yang terkait untuk memudahkan dalam kegiatan pelatihan. Pelatihan dilaksanakan pada bulan Desember 2023 dilakukan kegiatan pelatihan mengenai pembuatan konten digital melalui canva, pelatihan pembuatan copywriting, serta pembuatan dan pengelolaan Instagram bisnis. Kegiatan dilakukan di Aula STIMATA dengan metode ceramah, diskusi, simulasi seperti pada gambar 2.

Pada ke-3 UMKM dilakukan pembuatan atau perbaikan akun Instagram menjadi Instagram bisnis untuk memperluas jaringan pemasaran. Pembelajaran dan simulasi dilakukan untuk memastikan agar UMKM dapat mengoperasikan dan melakukan kreatifitas dan inovasi pada Instagram bisnis yang dimiliki, untuk memperluas jaringan pemasaran. Masing-masing UMKM diajarkan dan diminta untuk praktik dalam pembuatan konten untuk memastikan keberlanjutan pemasaran melalui digital marketing. Kegiatan pendampingan dilakukan untuk memonitor pelaksanaan pelatihan agar UMKM dapat mengikuti materi yang diajarkan, dan agar pelatihan berjalan dengan baik.

Pada Table 2 dan table 3 merupakan hasil evaluasi pratest dan postest.

Tabel 2. Sebelum pelatihan

No	Keterangan	Nilai angket			Total	Rata-rata
		UMKM	UMKM	UMKM		
		1	2	3		
1.	Pengetahuan desain konten digital yang baik	2	3	2	7	2,3
2.	Pengetahuan pembuatan konten digital melalui canva	1	2	1	4	1,3
3.	Pengetahuan copywriting yang baik	1	1	1	3	1
4.	Pemahaman strategi pemasaran menggunakan digital marketing	2	2	2	6	2
5.	Pengetahuan Instagram bisnis	1	1	1	3	1
6.	Pengetahuan pengelolaan Instagram bisnis	1	1	1	3	1
RATA-RATA						1,4

Tabel 3. Setelah pelatihan

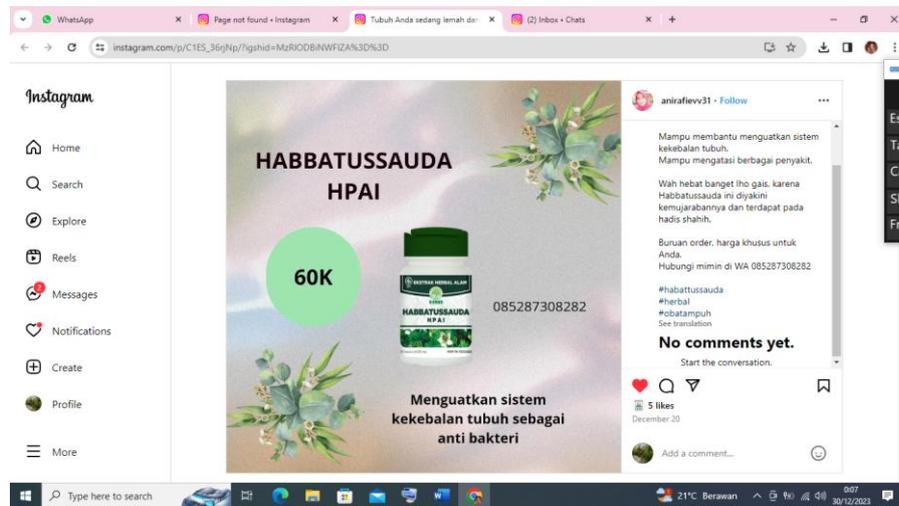
No	Keterangan	Nilai angket			Total	Rata-rata
		UMKM	UMKM	UMKM		
		1	2	3		
1.	Pengetahuan desain konten digital yang baik	4	4	4	12	4
2.	Pengetahuan pembuatan konten digital melalui canva	4	4	5	13	4,3
3.	Pengetahuan copywriting yang baik	4	3	4	11	3,7
4.	Pemahaman strategi pemasaran menggunakan digital marketing	3	3	4	10	3,3
5.	Pengetahuan Instagram bisnis	4	4	4	12	4
6.	Pengetahuan pengelolaan Instagram bisnis	4	4	4	12	4
RATA-RATA						3,9

Berdasarkan pelatihan yang telah dilakukan, diperoleh hasil evaluasi nilai pratest rata-rata sebesar 1,4 (sangat kurang), dan setelah dilakukan pelatihan, ada peningkatan nilai rata-rata sebesar 3,9 (baik). Nilai post test yang “sangat baik” terdapat pada pengetahuan pembuatan konten digital melalui canva (2). Nilai yang “baik” terdapat pada pengetahuan tentang konten digital yang baik (1), pengetahuan Instagram bisnis (5) dan pengetahuan pengelolaan Instagram bisnis (6). Sedangkan nilai “cukup baik” terdapat pada pengetahuan copywriting yang baik (3) dan pemahaman strategi pemasaran menggunakan digital marketing (4)

Kegiatan pelatihan beserta hasil pelatihan terdapat pada gambar 2 sampai dengan gambar 5.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan



Gambar 3. Aplikasi konten digital pada Instagram bisnis UMKM 1.



Gambar 4. Aplikasi konten digital pada Instagram bisnis UMKM 2.



Gambar 5. Aplikasi konten digital pada Instagram bisnis UMKM 3

5. Kesimpulan

Pelatihan digital marketing untuk memperluas pemasaran produk dilakukan oleh UMKM yaitu ibu Any dari kecamatan Jabung, bu Nanik dari kecamatan Jabung, bu Ani dari kecamatan Pakis Kabupaten Malang, telah dilakukan dengan tahapan pelaksanaan yang meliputi observasi masalah, pelatihan dan pendampingan, pembuatan konten digital dan copywriting, implementasi hasil, serta evaluasi untuk menjamin continuitas pemasaran digital. Berdasarkan hasil pelatihan yang telah dilakukan, diketahui bahwa kegiatan ini sangat relevan dengan kebutuhan pemasaran UMKM saat ini. Pembuatan konten digital marketing yang baik dan menarik akan dapat mengidentifikasi produk UMKM sehingga dapat membangun loyalitas konsumen, memberikan kredibilitas terhadap produk, dan sebagai pembeda yang jelas dengan produk sejenis sehingga merupakan alat pemasaran yang strategis untuk membantu memperluas pasar dan meningkatkan omzet penjualan. Dengan pemahaman pembuatan konten yang baik akan memudahkan UMKM melakukan pemasaran yang aktif, kreatif dan inovatif dan mengaplikasikannya ke akun Instagram bisnis yang telah dibangun dengan tujuan untuk memperluas jaringan pemasaran bagi produk mereka.

6. Saran

Dengan dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat beberapa saran yaitu:

1. Kepada pelaku UMKM yaitu ibu Any dari kecamatan Jabung, bu Nanik dari kecamatan Jabung, bu Ani dari kecamatan Pakis di Kabupaten Malang diharapkan lebih aktif untuk mengikuti pelatihan tentang digital marketing, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah, swasta, maupun lembaga-lembaga yang terkait.
2. Kepada pelaku UMKM agar terus berinovasi dan mencari ide pengembangan produk dan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi sebagai sumber informasi agar tetap eksis.
3. Kepada para peneliti dan organisasi pemberdayaan masyarakat, dan perguruan tinggi diharapkan saling bersinergi untuk membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan konsep bisnis dan meningkatkan daya saing.

Ucapan Terima Kasih

1. Terima kasih kami ucapkan kepada pelaku ke-3 UMKM yaitu ibu Any dari kecamatan Jabung, bu Nanik dari kecamatan Jabung, bu Ani dari kecamatan Pakis di kabupaten Malang.
2. Terima kasih kepada Ketua STMIK Pradnya Paramita dan Ketua Program Study Sistem Informasi, seluruh mahasiswa dalam Tim PKM yang telah mendukung kegiatan Tridharma pengabdian masyarakat ini sehingga berjalan dengan lancar.

Referensi

- [1]. Sri Rejeki, 2016, Analisis Manfaat Media Sosial Dalam Pemberdayaan UMKM, Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi, vol 7 no 1, hal 57 – 68.
- [2]. Wulandari, dkk, 2018, Potensi Penggunaan Media Sosial Bagi UKM, Performa: Media Ilmiah Teknik Industri, vol 17 no 1 hal 14 – 23 , DOI: 10.20961/performa.17.1.18922,lk
- [3]. <https://onlinelearning.binus.ac.id/2021/10/13/apa-sih-digital-marketing-itu/>
- [4]. <https://www.gramedia.com/literasi/strategi-pemasaran/>
- [5]. Syamsul, Arifin, <https://www.gamelab.id/news/2418-pemasaran-produk-pengertian-tujuan-konsep-dasar-dan-tekniknya-lengkap>, Jumat, 5 Mei 2023
- [6]. H.Bouwman et al, 2019, Digitalization Business Models and SMEs: How do Business Model Innovation Practices Improve Performance of Digitalizing SMEs, Telecomm Policy vol 43 no 9 doi: 10.1016/j.telpol.2019.101828.
- [7]. Boric, Sladjana, 2016, Analisis of Digital Marketing and Branding for Purpose of Understanding The Consumers in Digital, Conference: International Conference on Applied Internet and Information.
- [8]. Sundaran et al, 2020, Power of Digital Marketing in Building Brands: a Review of Social Media Advertising, International Journal of Management, vol 11, Issue 04.
- [9]. Suryani dkk, 2021, Enchaching Brand Image in The Digital Era: Evidence from Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) in Indonesia, Gajah Mada International Journal of Business, vol 23 no3 pp 314-340.
- [10]. Yuvaraj et al, 2018, Influence of Digital Marketing on Brand Building, International Journal of Mechanical Engineering and Tecnology (IJMET) vol 9, Issue 7, pp 235-243.
- [11]. Sya'idah et al, 2019, The Implementation of Digital Marketing To Wards Brand Awareness, Advances in Social Science, Education and Humanities Reseach, vol 383, 2 nd International Conference on Social Science (ICSS 2019).
- [12]. Fatimah, Darna, Sylvia Rozza, Elisabeth Y Metekohy, 2023, Rendahnya Adopsi Digital Marketing Pada UMKM Anggota Iwapi Kota Depok, jurnal Ekonomi Bisnis Vol 22 No 1 : 25 - 34
- [13]. Tambunan, T. (2019). Umkm Di Indonesia. Jakarta: Ghalia Indonesia
- [14]. Sutopo, H. P. (2018). Industri 4.0 : Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset. Jurnal Teknik Industri.

Pengenalan Perangkat Keras Komputer dan Sistem Operasi Windows Kepada UMKM Malang Raya

Dinny Wahyu Widarti^{*1}, Eka Yuniar², Karmilasari³, Samsul Arifin⁴,
Andri Prasetyo⁵, Heri Purnomo⁶, Weda Adistianaya Dewa⁷

¹ Teknologi Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

² Sistem Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

³ Teknologi Industri, Informatika, Unibersitas Gunadarma

⁴ Teknologi Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

⁵ Sistem Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

⁶ Teknologi Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

⁷ Sistem Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

* dinnywidarti@stimata.ac.id

Info Artikel

Article history

Received : 10 Oktober 2024

Revised : 25 Oktober 2024

Accepted: 20 Desember 2024

Keywords

Pelatihan
Perangkat Komputer
Sistem Informasi
UMKM

ABSTRAK

Computers are important hardware in the 21st century. Computers have benefits for various human lives, such as the military, health, education, social and economic fields. In the economic field, computers are useful for helping business actors in carrying out business proposal work, business reports, purchase recapitulations, sales recapitulations, financial reports, etc. MSMEs are the key to national economic recovery, even based on data collected by the Malang Regency Government, the number of MSMEs in Malang Regency in 2019 was recorded at 425,561. Meanwhile, in 2020, the number increased to 427,706 MSMEs. The majority of MSMEs are not familiar with computers and their applications, and do not understand how to use these computers to support MSME business activities. This program focuses on overcoming MSME problems in terms of introducing computers and operating systems, by providing training in introducing computers, how to operate computers, and introducing operating systems. It is hoped that MSMEs in Malang City will not be left behind in the latest information, especially in terms of technology.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria sesuai perundangan Indonesia[1]. UMKM merupakan usaha yang paling banyak tumbuh dan menopang perekonomian kerakyatan di Indonesia[2]. UMKM Indonesia masih dihadapkan pada berbagai permasalahan-permasalahan, seperti: manajemen bisnis masih tradisional, kekurangan permodalan, belum berakuntansi dengan benar, inovasi dan kualitas produk rendah, keterbatasan akses pemasaran, dan gagap teknologi[3].

Di saat pandemi Covid-19 ini, memang banyak perusahaan yang mengalami kebangkrutan, begitu pula UMKM pun mengalaminya, banyak UMKM yang mengalami penurunan omzet yang signifikan. Menurut Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki menjelaskan bahwa, “UMKM selama ini menjadi salah satu penopang ekonomi nasional. Setidaknya terdapat lebih dari 64 juta unit UMKM yang berkontribusi 97 persen terhadap total tenaga kerja dan 60 persen PDB nasional”[4]. UMKM menjadi kunci dalam pemulihan ekonomi nasional, bahkan berdasarkan data yang dihimpun Pemkab Malang jumlah UMKM di Kabupaten Malang pada tahun 2019 tercatat ada sebanyak 425.561. Sementara itu pada tahun 2020, jumlahnya mengalami kenaikan menjadi 427.706 UMKM. Sekalipun ada kenaikan jumlah UMKM, namun kondisi UMKM saat ini, khususnya karena pandemi Covid-19 mengalami berbagai masalah yang perlu diselesaikan[5].

Peranan komputer dalam kehidupan sehari-hari semakin terasa penting. Komputer dapat dijadikan sebagai alat bantu dalam menjalankan UMKM dan mengerjakan semua tugas kantor, industri, konstruksi maupun perkuliahan. Komputer memiliki banyak ragam baik tipe maupun jenis, mulai dari tipe standar, menengah sampai komputer dengan teknologi tinggi. Sebelum menjalankan kegiatan UMKM, baik pemasaran ataupun transaksi yang serba online, maka UMKM tersebut harus memikirkan alat yang akan digunakan dan bagaimana cara menggunakannya, sebagai contoh Komputer/Laptop, maka harus tahu dahulu nama dan spesifikasi yang dari komputer tersebut agar nantinya tidak salah beli atau tidak 2 kali kerja. Untuk itu dibutuhkan pengetahuan terhadap komponen komputer dan pengetahuan dasar pengoperasian komputer. Peran komputer dalam menjalankan usaha bisnis sangatlah berpengaruh, namun masih banyak yang belum dipahami masyarakat dan UMKM, sebab mereka hanya bisa menggunakan tetapi tidak tau bagaimana fungsinya semestinya. sebagai contoh seperti usaha desain grafis, percetakan dan lain-lainnya, pemilik usaha hanya mengikuti apa kata penjual tetapi tidak tau apa arti dan fungsinya. Melalui pelatihan ini, diharapkan mengenalkan nama-nama dan fungsi setiap komponen yang ada pada komputer, serta bagaimana cara memasang dan memperbaikinya (troubleshooting).

Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan kepada masyarakat yang memiliki usaha miko, kecil, dan menengah di Kota Malang tentang pentingnya peran komputer dan bagaimana cara mengoperasikannya serta mengatasi masalah yang terjadi pada komputer. Manfaat dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM Di kota Malang dapat memahami dan cakap dalam penggunaan Komputer Dan Sistem Operasi dengan baik.

2. Metode

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat pada kegiatan pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdian ini, menggunakan metode Participatory Action Research (PAR)[6], yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu Identifikasi Masalah, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi dan Refleksi Pembelajaran[7].

2.1 Pra Pelaksanaan

Sebelum memulai kegiatan pelatihan kepada peserta, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) STIMATA perlu melakukan identifikasi masalah dan perencanaan.

2.1.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah suatu tahap permulaan berupa kegiatan pencatatan terhadap seluruh masalah yang terdapat dilapangan[8]. Tim PKM STIMATA melakukan

koordinasi dengan kelompok UMKM untuk menghimpun permasalahan dan kebutuhan. Didapat beberapa hal yang menjadi permasalahan atau kebutuhan UMKM, salah satunya adalah bahwa pelaku UMKM belum mampu mengenal komputer dan mengoperasikannya.

2.1.2 Perencanaan

Perencanaan adalah memutuskan bagaimana seluruh pekerjaan akan dilakukan, memutuskan terlebih dahulu apa yang harus dilakukan, kapan harus dilakukan, dan bagaimana melakukannya[9]. Perencanaan meliputi tentang cara dan sarana yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan.

Berdasarkan indentifikasi masalah tersebut di atas, tim PKM STIMATA merencanakan kegiatan pelatihan pengenalan perangkat komputer dan sistem operasi untuk pelaku UMKM, dengan rincian sebagai berikut:

- a. Persiapan instruktur pelatihan dan asisten pelatihan
- b. Persiapan materi pelatihan dan contoh perangkat keras komputer
- c. Persiapan lokasi pelatihan dan fasilitas akomodasi
- d. Persiapan dokumentasi dan pelaporan

2.2 Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam mencapai tujuan yang dikehendaki melalui serangkaian proses yang telah direncanakan[10]. Tim PKM STIMATA melaksanakan pelatihan perangkat keras komputer dan sistem operasi kepada pelaku UMKM dengan rincian sebagai berikut:

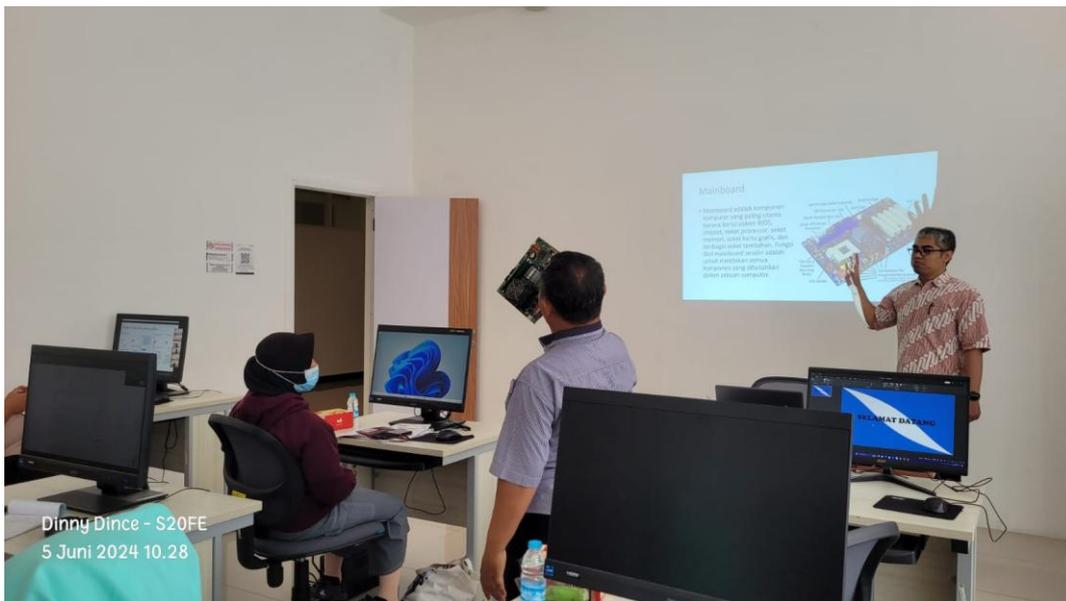
Pelatihan sesi pertama dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 05 Juni 2024 bertempat di Gedung MCC lantai 2 Diikuti oleh pelaku UMKM sebanyak 20 orang dengan instruktur adalah Bapak Samsul Arifin dan dibantu oleh Bapak Heri Purnomo, Bapak Weda Adistianaya Dewa dan Bapak Andri Prasetyo. Materi pelatihan yang diberikan adalah Pengenalan Komputer, dengan menunjukkan bagian-bagian dalam komputer.

Pelatihan sesi kedua dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 03 Juli 2025 bertempat di Gedung MCC lantai 4 Diikuti oleh pelaku UMKM sebanyak 14 orang dengan instruktur adalah Ibu Eka Yuniar dan dibantu oleh Ibu Dinny Wahyu Widarti, dan Ibu Karmilasari. Materi yang diberikan pada pelatihan sesi kedua ini adalah tentang Sistem Operasi, disini diberikan Sistem Operasi menggunakan Windows, karena ini merupakan Sistem Operasi yang paling sering dijumpai dikalangan Masyarakat.

Gambar 1 dan gambar 2 merupakan dokumentasi kegiatan pelatihan pada tanggal 5 Juni 2024. Sedangkan gambar 3 dan gambar 4 merupakan dokumentasi kegiatan pelatihan pada tanggal 3 Juli 2024.



Gambar 1 Dokumentasi Kegiatan tanggal 5 Juni 2024



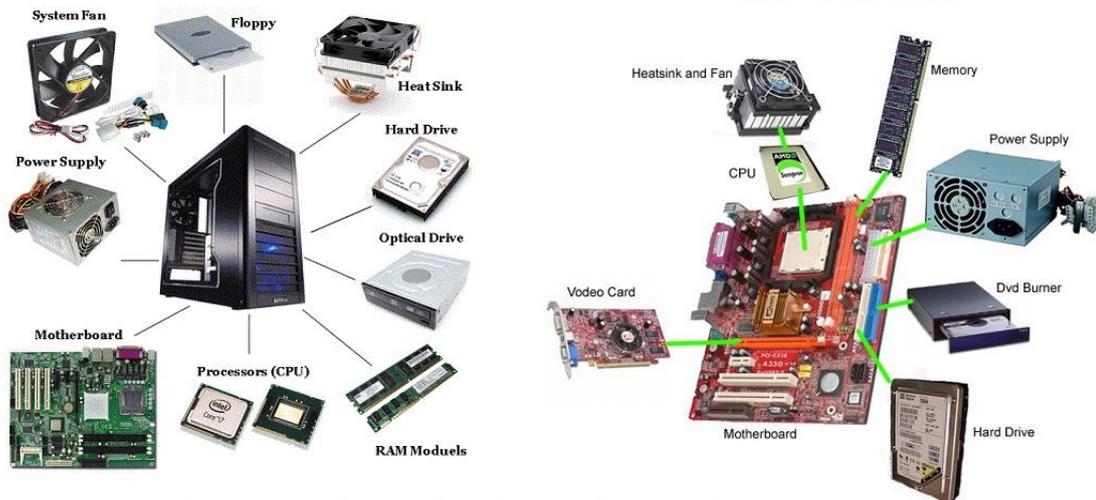
Gambar 2 Dokumentasi Kegiatan tanggal 5 Juni 2024



Gambar 3 Dokumentasi Kegiatan tanggal 3 Juli 2024



Gambar 4 Dokumentasi Kegiatan tanggal 3 Juli 2024



Gambar 5. Beberapa contoh komponen perangkat keras komputer yang dikenalkan ke pelaku UMKM [11]

2.3 Evaluasi

Evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan oleh tim PKM STIMATA diberikan kepada peserta pelatihan untuk mengetahui kualitas pelaksanaan pelatihan. Tim PKM STIMATA menyusun evaluasi beberapa kuesioner dengan pertanyaan yang dapat mengukur tingkat kualitas dari sebuah kegiatan pelatihan.

Kuesioner untuk evaluasi pelaksanaan pelatihan perangkat keras komputer dan sistem operasi meliputi beberapa pertanyaan yang dibagi menjadi 3 kelompok, sebagai berikut pada tabel 1.

Tabel 1. Pertanyaan Kuesioner

Daftar Pertanyaan dalam 3 kelompok kuesioner	Indeks Kepuasan				
	SS	S	C	K	SK
A. Berikan tanggapan Anda terhadap keseluruhan trainer pelatihan yang Anda ikuti.	SS	S	C	K	SK
1. Memahami materi					
2. Berinteraksi dengan peserta					
3. Pemaparan jelas dan mudah dipahami					
4. Metode dan alat pembelajaran menarik					
5. Memberikan kesempatan peserta berpartisipasi					
6. Menjawab pertanyaan dengan benar dan jelas					
7. Memberikan motivasi dan feedback					
B. Berikan tanggapan Anda mengenai keseluruhan materi yang ada pada pelatihan yang Anda ikuti.	SS	S	C	K	SK
1. Mudah dipahami oleh peserta					
2. Bermanfaat dan sesuai kebutuhan					
3. Relevan dengan pekerjaan					
4. Mendukung peningkatan kinerja					
C. Seberapa puas Anda dengan fasilitas dan penyelenggara pelatihan?	SS	S	C	K	SK

Daftar Pertanyaan dalam 3 kelompok kuesioner	Indeks Kepuasan
1. Konsumsi	
2. Jadwal pelaksanaan	
3. Akomodasi	

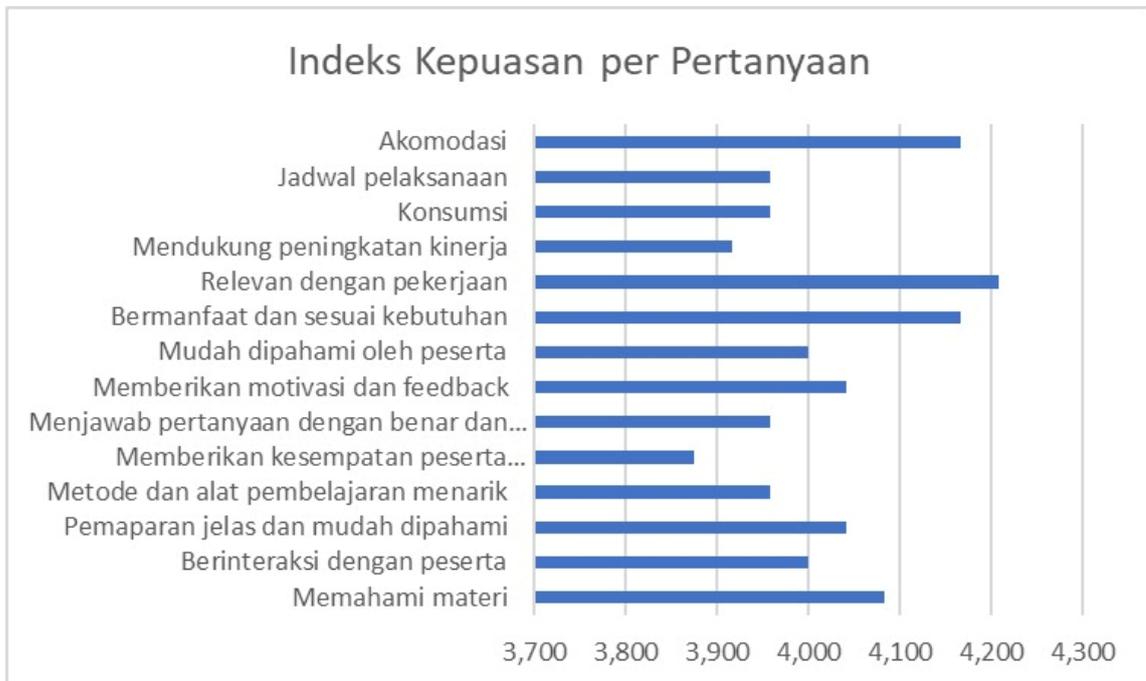
3. Hasil dan Pembahasan

Setelah kegiatan pelatihan usai, maka selanjutnya perlu diketahui hasil dari pelatihan ini. Untuk itu diperlukan kuisisioner agar dapat memperoleh data kepuasan peserta. Hasil dari kuisisioner evaluasi yang diberikan kepada peserta pelatihan adalah sebagai berikut pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Kuesioner

Daftar Pertanyaan dalam 3 kelompok kuesioner	Indeks Kepuasan				
A. Berikan tanggapan Anda terhadap keseluruhan trainer pelatihan yang Anda ikuti	SS	S	C	K	SK
1. Memahami materi	11	8	5	0	0
2. Berinteraksi dengan peserta	12	4	8	0	0
3. Pemaparan jelas dan mudah dipahami	8	6	10	0	0
4. Metode dan alat pembelajaran menarik	10	9	5	0	0
5. Memberikan kesempatan peserta berpartisipasi	6	9	9	0	0
6. Menjawab pertanyaan dengan benar dan jelas	9	9	6	0	0
7. Memberikan motivasi dan feedback	11	8	5	0	0
B. Berikan tanggapan Anda mengenai keseluruhan materi yang ada pada pelatihan yang Anda ikuti.	SS	S	C	K	SK
1. Mudah dipahami oleh peserta	6	12	6	0	0
2. Bermanfaat dan sesuai kebutuhan	8	12	4	0	0
3. Relevan dengan pekerjaan	10	5	9	0	0
4. Mendukung peningkatan kinerja	7	11	6	0	0
C. Seberapa puas Anda dengan fasilitas dan penyelenggara pelatihan?	SS	S	C	K	SK
1. Konsumsi	4	9	11	0	0
2. Jadwal pelaksanaan	7	10	7	0	0
3. Akomodasi	7	9	8	0	0

Setiap nilai dari hasil kuisisioner dikalikan dengan bobot untuk dihitung skala kepuasan dari peserta pelatihan dan dikelompokkan sesuai kelompok pertanyaan, sehingga menghasilkan grafik berikut gambar 6 dan gambar 7.



Gambar 6. Indeks Kepuasan per Pertanyaan



Gambar 7. Grafik Kepuasan per Kelompok Pertanyaan

4. Kesimpulan

Pengabdian yang telah dilakukan dalam 2 sesi pelatihan dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Pada sesi pertama yaitu tanggal 5 Juni 2024 pelatihan diberikan materi tentang pengenalan komputer. Tim PKM menyiapkan contoh-contoh perangkat komputer agar dapat dilihat secara langsung oleh peserta.

Pelatihan pada sesi kedua, yaitu pada 3 Juli 2024 diberikan pelatihan tentang Sistem Operasi. Peserta diberikan materi lalu latihan. Hasil dari latihan semua berhasil mempraktikkan dengan baik.

Secara keseluruhan kegiatan pelatihan ini berjalan dengan baik dan lancar, serta antusias peserta yang sangat baik. Serta menghasilkan kepuasan peserta yang sangat baik.

Ucapan Terimakasih

Tim PKM menyampaikan banyak terimakasih kepada Bapak Ketua STIMATA, Dr. Tubagus Mohammad Akhriza, S.Si., MMSI, Ph.D yang telah mendukung kegiatan ini. Terimakasih pula kami sampaikan kepada pihak MCC yang telah menyediakan tempat dan seperangkat laboratorium untuk mendukung kegiatan pelatihan ini, sehingga peserta dapat menggunakan fasilitas dengan baik. Terimakasih pula kami sampaikan kepada Kepala LRPPM yang telah melancarkan kegiatan pelatihan ini, sehingga terjadwal dengan baik. Serta kami sampaikan pula terimakasih kepada Koordinator UMKM, Ibu Sf Rofiatun Nisa' yang telah bersedia mengikuti pelatihan ini, serta mengkoordinir peserta pelatihan.

Referensi

- [1] Hamdani, *Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020.
- [2] Nurlinda, *DINAMIKA UMKM: Permasalahan, Potensi dan Strategi*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2024.
- [3] Halfiah dan H. A. Putra, *Mitigasi Kebangkrutan (Pendekatan Berbagai Strategi untuk Penguatan Bisnis UMKM)*. Jakarta: Penerbit Seval, 2024.
- [4] M. Digital, "Sektor UMKM Jadi Kunci Pemulihan Ekonomi Di Tengah Pandemi," *Bisnis.com*. Diakses: 7 Januari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201012/9/1303691/sektor-umkm-jadi-kunci-pemulihan-ekonomi-di-tengah-pandemi>
- [5] "Jumlah UMKM Bertambah Selama Pandemi, Pemkab Malang Rancang Grand Design Pemasaran - Malang Times," *Jatim TIMES*. Diakses: 7 Januari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.malangtimes.com/baca/64920/20210310/%20180300/jumlah-umkm-bertambah-selama-pandemi-pemkab-malang-rancang-grand-design-pemasaran>
- [6] A. Zunaidi, *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yogyakarta: Yayasan Putra Adi Dharma, 2002.
- [7] A. Afandi dan et all, *Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2022.
- [8] J. Dimiyati, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Palikasinya Pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)*. Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri, 2013.
- [9] T. A. Dadek, S. ZA, dan M. Syahbandir, *Perencanaan Pembangunan Daerah Di Indonesia Tinjauan Filsafat, Teori, dan Implementasi; Panduan bagi Teknokrat, Akademisi, dan Politisi dalam Perencanaan Pembangunan*. Aceh: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Pemerintah Aceh, 2024.
- [10] R. Pinilas, R. Gosal, dan V. Kasenda, "PARTISIPASI GENERASI MUDA DALAM PELAKSANAAN PEMBANGUNAN (Studi Kasus di Desa Damau Kecamatan

- Damau Kabupaten Talaud),” *JURNAL EKSEKUTIF*, vol. 2, no. 2, Art. no. 2, Des 2017, Diakses: 7 Januari 2025. [Daring]. Tersedia pada:
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnaleksekitif/article/view/18244>
- [11] InformationQ, "Computer Hardware Basics and its Components," *InformationQ.com*, tersedia pada: <https://informationq.com/computer-hardware-basics-and-its-components/>

Pelatihan Pembuatan Poster Produk dengan Canva untuk Meningkatkan Branding UMKM Pada Pemasaran Digital Berbasis Sosial Media

Khoerul Anwar^{1*}, Mahmud Yunus²

^{1,2}Teknik, Teknologi Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita, Malang

* Corresponding author, alqhoir@stimata.ac.id

Info Artikel

Article history

Received : 25 November 2024

Revised : 10 Desember 2024

Accepted : 24 Desember 2024

Keywords

Foto editing

Copy writing

Digital marketing

Canva

ABSTRAK

A Product Poster is a visual medium designed to promote or introduce a specific product. This poster is used to attract the attention of potential customers and provide clear information about MSME products such as features, benefits, prices, and how to buy. However, MSME owners have obstacles in making their Product Posters. The solution for this activity is prioritized for creating Product Posters using Canva. The PKM method uses the Participatory Action Research (PAR) model which aims to learn in overcoming problems and fulfilling the practical needs of MSME owners. The results achieved after the training are: Partners already have iconic photos of the photo shoots for product brands, Training partners are able to create text narratives for MSME product posters, Training partners are able to edit the display background on product posters, Training partners can include photos in product posters using Canva

1. Pendahuluan

Telah banyak artikel ilmiah yang menyatakan peranan digital marketing untuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam membantu pemasaran dan penjualan secara *online*. Pemasaran secara *online* melalui media sosial saat ini telah menjadi suatu kebutuhan penting untuk pengenalan produk UMKM ke masyarakat secara luas. Keunggulan digital marketing dibandingkan dengan pemasaran konvensional adalah jangkauan yang lebih luas dan dapat diakses kapan saja dan dari mana saja dengan syarat ada koneksi internet.

Pendekatan media sosial menjadi fenomena dan penting [1] untuk UMKM. Peningkatan penjualan melalui media sosial di era digital saat ini bisa dipahami karena media tersebut saat ini telah digunakan oleh masyarakat di berbagai level. Beberapa platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Telegram, Line dan Facebook hadir dengan fitur-fitur yang cukup mudah dan menarik untuk mengunggah foto dan video. Menurut penelitian Nunik dalam [2] pemasaran media sosial merupakan aktivitas

komunikasi pemasaran interaktif antara pemilik usaha dengan pelanggan begitupun sebaliknya dengan tujuan untuk menciptakan penjualan produk maupun jasa dari perusahaan tersebut. “Fakta seputar internet dan media sosial menyebutkan, 1 dari 3 keluarga dan relasi kita adalah pengguna internet, sementara 8 dari 10 menggunakan perangkat mobile untuk mencari informasi melalui internet.” Sejalan dengan hal tersebut pencarian informasi sebuah produk saat ini masyarakat telah bergeser dari media konvensional ke media digital khususnya yang berbasis sosial media. Pada era digital ini produk-produk luaran usaha berskala besar ataupun menengah dengan mudah dapat dicari di internet. Artinya pemasaran produk tersebut dikemas dalam format digital. Oleh karena itu untuk skala UMKM perlu memanfaatkan digital sebagai media pemasaran [1], [3], [4] produk agar tetap eksis dan bahkan tumbuh berkembang. Selain itu dengan menggunakan media digital dapat memperluas area pemasaran sehingga dapat dijangkau oleh lebih banyak orang[5], [6].

Selama ini mitra ibu-ibu UMKM dalam melakukan pemasaran masih fokus dengan cara-cara konvensional seperti baner, spanduk, dari mulut ke mulut, even-event dan ada beberapa yang menggunakan media sosial. Namun demikian belum secara optimal mengenalkan *brand merk* ke masyarakat secara luas. Metode konvensional tersebut berdampak pada omset penjualan cenderung statis atau tidak mengalami peningkatan [7]. Usaha untuk terus berkembang dengan omset terus meningkat perlu dilakukan inovasi dalam pemasaran khususnya selalu memperbaharui tampilan produk menjadi lebih fresh. Demikian juga perlu disertakan teks atau narasi dalam account media sosial sebagai brand merk UMKM.

2. Metode Pelaksanaan

Pendekatan PKM dengan menggunakan model *Participatory Action Research (PAR)* yang bertujuan untuk pembelajaran dalam mengatasi masalah dan pemenuhan kebutuhan praktis masyarakat. Prinsip kerja PAR pada PKM ini berorientasi pemberdayaan UMKM untuk memenuhi unsur-unsur pemberdayaan dengan UMKM sebagai agen utama. Sementara itu dosen/mahasiswa pada pelaksana PKM ini sebagai pihak lain yang melakukan fasilitasi dari proses perubahan tersebut. Oleh karena itu pada tahap pelaksanaan secara teknik untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan kegiatan pengabdian di UMKM wilayah Pakis dan Jabung Kabupaten Malang dalam digital marketing di bagi dalam tahapan kegiatan yang dilakukan adalah 1). *Pembuatan foto digital dengan smartphone*, 2). *Editing foto by Canva*, 3). *Copy writing*. Untuk mewujudkan agenda yang akan dilakukan ditetapkan sebagai berikut: Pada tahapan awal adalah koordinasi tim PKM yang berjumlah dua orang dosen dan dua orang mahasiswa dengan Mitra pengabdian. Koordinasi dilakukan minimal satu kali sebelum tiap program dilaksanakan, saat pelaksanaan pelatihan dan setelah pelaksanaan pelatihan. Kesepakatan ini menjadi penting untuk pahami dan dimengerti bagi TIM PKM dan mitra pengabdian. Tahap koordinasi awal adalah mendiskusikan kegiatan yang akan dilaksanakan. Persiapan materi pelatihan dalam format PDF dan PPT, modul pelatihan, peralatan pendukung, koordinasi dengan mitra, penentuan waktu pelaksanaan baik

pelatihan, dan pendampingan. Satu hari sebelum pelaksanaan pelatihan dilakukan koordinasi dengan mitra untuk kesiapan tempat, sarana pendukung pelatihan.

Tahapan pelaksanaan difokuskan pada dua agenda utama yaitu: a) Pemberian materi tentang pentingnya foto digital yang berkualitas, b) Praktek memfoto dengan smartphone dan editing dengan Canva. Materi kedua adalah terkait pembuatan copy writing. Dua agenda ini menjadi penting untuk diberikan kepada mitra untuk mendukung pemasaran secara digital berbasis sosial media. Sebagian besar pelaku UMKM belum menyadari betapa pentingnya sebuah branding dan foto-foto digital produk pada pemasaran berbasis sosial media. Mereka hanya fokus yang penting ada foto produk. Oleh karena itu tidak memiliki brand merk yang spesifik, dan ini berdampak terhadap laju pemasaran dimasyarakat yang lambat. Pengenalan Brand merk secara digital adalah sebuah langkah untuk membantu mengenalkan pada masyarakat dengan biaya yang terjangkau oleh para pelaku UMKM.

Pada tahapan evaluasi ini setiap kegiatan terkait dengan pelatihan dan kontribusinya dalam meningkatkan branding produk UMKM pada pemasaran berbasis sosial media dilakukan analisis hasil pasca pelatihan apakah mitra memahami materi pelatihan dan dapat mempraktekkannya.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelatihan kepada ibu-ibu pelakau UMKM dalam pembuatan foto digital, editing foto by canva dan copy writing adalah bagian dari usaha untuk meningkatkan branding produk berbasis sosial media. Penekanannya adalah sebuah *brand icon* yang memiliki keunikan atau spesifik yang melekat pada produk UMKM agar mudah diingat oleh masyarakat. Brand baru ini akan digunakan pada kemasan botol, kardus dan tas jinjing serta sebagai icon di DP di platform digital marketing. Nama merek mengacu pada kata, desain, bentuk, warna, suara, atau kombinasinya untuk membedakan produk dan membantu pelanggan mengingat citra merek[8].



Gambar 1. Interaksi mitra dan instruktur pelatihan

Kegiatan kedua pelatihan pemanfaatan sosial media sebagai media digital marketing. Mitra dilatih cara memanfaatkan platform sosial media untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan mengoptimalkan dua aplikasi yang populer saat ini yaitu WhatsApp dan Instagram. Tentang acara membuat akun bisnis, memasang gambar produk dan narasi singkat tentang produk. Dua platform tersebut dalam pelatihan ini memanfaatkan aplikasi pada *mobile phone*. Pertimbangan penggunaan *mobile phone* didasari bahwa saat ini setiap individu memiliki peralatan [10] tersebut. Mengingat produk dari adalah minuman kesehatan yang dikonsumsi oleh remaja hingga orang tua dan mereka-mereka familiar dengan *mobile phone*. Oleh karena itu memasukkan konten-konten bisnis pada media sosial sangat relevan dengan kegiatan marketing.



Gambar 2. Mahasiswa (instruktur) menjelaskan materi fotografi

Sementara itu komponen pemasaran meliputi *advertising*, *personal selling*, *direct marketing* dan *Sales Promotion* [10]. Oleh karena itu pelatihan digital marketing pada UMKM ini diarahkan pada empat komponen untuk memaksimalkan pemasaran produk yaitu *advertising*, *personal selling*, dan *direct marketing*.

Advertising, Meliputi jenis informasi produk, informasi brand, press release dan percakapan langsung[11]–[14]. Pada era digital ini *advertising* dikemas dalam bentuk digital berbasis website atau *smartphone*. Oleh karena itu materi pemasaran dan promosi UMKM harus dikemas yang simpel namun berkualitas dan fokus pemasaran. Pada kegiatan ini mitra dilatih mengunggah foto-foto produk di sosial media untuk menginformasikan produk secara online. Mengunggah katalog produk, mengunggah video penjelasan produk yang dihasilkan bermanfaat bagi kesehatan tubuh.

Personal selling, Meliputi umpan balik pelanggan, events, informasi pemasaran dan ekspektasi pelanggan. Pada media digital berarti *personal selling* ini adalah website/account bisnis UMKM di media sosial. Pengaruh *personal* cukup besar terhadap omset penjualan [15]–[17]. Pada bagian ini mitra dilatih cara mendapatkan umpan balik dari pelanggan baik secara lisan, voice, video maupun chat baik itu bersifat saran atau harapan maupun testimoni.

Direct marketing, Meliputi pembelian online, informasi price list, dukungan web dan juga catalog. Untuk hal tersebut UMKM harus mampu memanfaatkan akun bisnis di platform sosial media sebagai alat untuk *direct marketing*. Pada kegiatan ini mitra diajari

teknik transaksi online yang melibatkan aplikasi digital baik pembelian maupun pembayarannya dengan memanfaatkan akun bisnis di platform sosial media yang dimiliki UMKM . Memasang daftar harga produk di sosial media khususnya pada katalog produk.

Sales promotion, Meliputi harga, diskon, refund dan juga hadiah kepada pelanggan. Pemberian potongan harga produk dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli [18], [19]. Pada pelatihan ini UMKM diajarkan teknik menentukan harga yang bersaing, menentukan nilai dan jenis refund. Pemberian hadiah kepada pelanggan setia atau juga para reseller yang mampu melakukan penjualan dalam kapasitas besar.

Account bisnis di Sosial Media. Dikutip dari media *online* Daya.id terkait pemasaran disebutkan ada enam keuntungan menggunakan sosial media Instagram. Keuntungan yang dimaksud adalah 1) Promosi menjadi lebih mudah, 2) Menyusun strategi pemasaran menggunakan fitur *insight* (wawasan), 3) Jangkauan calon pelanggan lebih luas, 4) Terbantu dengan adanya informasi dalam kategori bisnis, 5) Fitur kontak dan alamat dan 6) Mengetahui waktu yang tepat untuk promosi dan analisis target pasar.

Sementara itu dari dari media online Moota.co dituliskan ada enam keuntungan menggunakan akun bisnis instagram untuk toko online, yaitu 1) Promosi menjadi lebih mudah, 2) Praktis dan wawasan, 3) Jangkauan yang luas, 4) Adanya informasi kategori bisnis, 5) Fitur kontak dan alamat, dan 6) Mengetahui waktu yang tepat untuk promosi dan analisis target pasar. Oleh karena itu menjadi penting bagi mitra UMKM memiliki *Account business* di sosial media agar dapat melakukan pemasaran secara digital, sehingga kegiatan pelatihan pembuatan *account business* menjadi urgen. Pada pelatihan ini mitra diajari membuat *account bisnis* di WhatsApp dan Instagram. Setelah memiliki *account* mitra dapat mempraktekkan teknik-teknik pemasaran digital.



Gambar 3. Mitra mempraktekkan memfoto produk dengan smartphone

Kegiatan pelatihan digital marketing pada pengabdian masyarakat di UMKM diakhiri dengan melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan. Pengevaluasian ini dilakukan mulai dari pembuatan akun media sosial. Kegiatan evaluasi tersebut bertujuan untuk mengetahui hasil capaian dari pengabdian yang telah dilakukan. Berikut merupakan hasil evaluasi sebelum dan sesudah dilaksanakan pelatihan digital marketing di UMKM .

Tabel 1. Hasil evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan

Sebelum pengabdian	Sesudah pengabdian
Mitra pelatihan belum memiliki foto untuk brand produk	Mitra telah memiliki foto iconik hasil pemotretan untuk brand produk
Mitra pelatihan belum masih kebingungan membuat narasi teks untuk produk	Mitra pelatihan mampu membuat narasi teks untuk poster produk UMKM
Mitra pelatihan belum bisa mengedit background tampilan pada poster produk	Mitra pelatihan mampu mengedit background tampilan pada poster produk
Mitra pelatihan belum bisa memasukkan foto dalam poster produk menggunakan canva	Mitra pelatihan dapat memasukkan foto dalam poster produk menggunakan canva

Setelah menggunakan platform media sosial Instagram dan WhatsApp Business UMKM telah mengalami peningkatan dalam beberapa hal, seperti dituliskan pada tabel 2

Berdasarkan Tabel 1 perbandingan kondisi sebelum dan setelah pengabdian tampak jelas bahwa kegiatan pengabdian yang dilakukan memberikan pengaruh positif terhadap mitra pelatihan. Pengaruh positif tersebut tampak mitra mampu membuat poster produk UMKM dengan baik. Hal ini penting, sehingga mitra dapat menampilkan poster produk yang selalu update selain itu juga peningkatan terkait dengan digital marketing menggunakan media sosial dan keterampilan dalam membuat konten. Penggunaan media sosial telah mampu memperluas jangkauan pemasaran hasil produk. Hal ini selaras dengan hasil dari pengabdian tentang manfaat pemakaian platform sosial media Facebook, Instagram, WhatsApp dapat meningkatkan omset penjualan yang disampaikan oleh [3], [7], [20]–[23] dalam artikel ilmiah mereka. Ekosistem digital memberikan sebuah wadah baru bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan dan membangun brand positif atas produk mereka.

4. Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan Pelatihan foto, editing foto dan copy writing telah terlaksana dengan baik dan lancar. Pelatihan yang dilakukan dengan metode mitra mempraktekan secara langsung membuat poster produk dengan canva untuk ditampilkan disosial media khususnya Instagram berdampak cukup efektif.

Berdasarkan pelaksanaan pelatihan foto, editing foto dan copy writing untuk meningkatkan branding produk UMKM pada pemasaran berbasis sosial media digital menunjukkan fakta bahwa ibu-ibu UMKM sebagai mitra pelatihan telah memiliki foto iconik hasil pemotretan untuk brand produk, Mitra pelatihan mampu membuat narasi teks untuk poster produk UMKM, Mitra pelatihan mampu mengedit background tampilan pada poster produk, Mitra pelatihan dapat memasukkan foto dalam poster

produk menggunakan canva. Pasca pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing khususnya dalam memanfaatkan sosial media kepada ibu-ibu pemilik UMKM membawa dampak yang positif dengan ditunjukkan bahwa mitra telah memanfaatkan platform sosial Instagram dan WhatsApp sebagai media pemasaran secara online

Ucapan Terimakasih

Ucapan Terimakasih disampaikan juga pada LRPPM STMIK PPKIA Pradnya Paramita yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini. Tak lupa pihak UMKM yang telah memfasilitasi, memberikan kesempatan dan meluangkan waktu pada kegiatan ini.

Referensi

- [1] D. Kartikasari, "Pentingnya Peranan Internet Dalam Distribusi Pemasaran Produk Umkm," *Kompleks. J. Ilm. ...*, vol. 10, pp. 53–58, 2021.
- [2] A. Mubarak et al., "Pemanfaatan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Sumberbendo, Kecamatan," *J. Bina Desa*, vol. 1, no. 2017, pp. 234–241, 2022.
- [3] P. Adhistian, T. Dahniar, A. Syahabuddin, Y. Maulana, and M. Mairizal, "Implementasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Susu Kambing Etawa Budidaya Pesantren Masyhad an-Nur Sukabumi," *J. Pengabd. Kpd. Masy. - Aphelion*, vol. 1, no. 01, p. 27, 2020, doi: 10.32493/jpka.v1i01.6903.
- [4] A. C. Lesmana, "Optimalisasi Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Usaha Makanan dan Minuman di Masa Pandemi Covid-19," *JMM (Jurnal Masy. Mandiri)*, vol. 6, no. 3, pp. 1700–1711, 2022.
- [5] R. Haryanto, A. Pebriyanto, and P. N. Banjarmasin, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi," vol. 2, 2020.
- [6] S. Kasus, U. Kuliner, T. Restaura, and D. Krisnawati, "Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi Umkm," vol. 6, no. 1, 2018.
- [7] V. Z. Atina, F. Setiawan, A. Y. Mahmudi, W. B. A. Shevalinzi, and A. Nurdin, "Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Pada Umkm Sebagai Upaya Peningkatan Omset," *Abdi Masya*, vol. 1, no. 4, pp. 164–171, 2022, doi: 10.52561/abma.v1i4.161.
- [8] R. A. Raouf, "The Interactive Role Of Marketing Integrity In Enhancing Brand Influence On Marketing Success / Published In World Bulletin Of The Interactive Role Of Marketing Integrity In," no. September, 2022.
- [9] M. Sağlam and M. Y. Chaknan, "An Examination of the Effect of Social Media Marketing on Customer Based Brand Equity," *Eurasian J. Soc. Econ. Res.*, vol. 9, no. 1, pp. 94–115, 2022.
- [10] D. Ong, "Analisa Penggunaan Sistem Sosial Media Terhadap Dampak Pemasaran Penjualan Produk Pada Umkm," *Respati*, vol. 15, no. 2, p. 26, 2020, doi: 10.35842/jtir.v15i2.345.
- [11] D. A. N. Minat and B. Konsumen, "Green Packaging, Green Product, Green Advertising, Persepsi," vol. 9, no. 2, pp. 147–158, 2016.
- [12] L. Fuxman, H. Elifoglu, C. Chao, and T. Li, "Digital Advertising: A More Effective Way to Promote Businesses' Products Digital Advertising: A More Effective Way to Promote Businesses' Products," no. May 2014, 2019, doi: 10.5430/jbar.v3n2p59.

- [13] A. Pratama, R. Anggraeni, S. Tinggi, I. Komunikasi, and I. Studi, "Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen," vol. 1, no. 1, pp. 16–30, 2019.
- [14] F. Yang et al., "Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Factors Affecting The Preference Of Modern Coffee Shop," vol. 13, no. 2, pp. 182–199, 2020.
- [15] S. Asiah, "Implementasi Strategi Personal Selling Bagi Agen Asuransi," vol. 4, no. 1, pp. 218–228, 2023.
- [16] R. Rifani, "Economics and Digital Business Review The Personal Selling & Digital Marketing on Purchase Decision of Insurance Policy," vol. 1, no. 2, pp. 120–128, 2020.
- [17] S. Wiguna, "Pengaruh Jumlah Pameran Yang Diikuti Personal Selling dan Biaya Personal dan Biaya Personal Selling Terhadap Volume Penjualan," no. September 2014, 2018.
- [18] J. S. Manajemen, "Jurnal Sains Manajemen Volume 5 No 2 Desember 2019," vol. 5, no. 2, pp. 137–160, 2019.
- [19] I. D. Ghristian, "citra merek , dan iklan terhadap minat beli celana jeans Levi ' s di Surabaya," 2016, doi: 10.14414/jbb.v5i2.552.
- [20] F. Reken, B. Modding, and R. Dewi, "Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar," *Tata Kelola*, vol. 7, no. 2, pp. 142–153, 2020, doi: 10.52103/tatakelola.v7i2.144.
- [21] Ayu Okta Putri, "Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Umkm (Studi Kasus Pedagang Kuliner Umkm Dikecamatan Ujungbatu)," *Hirarki J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 568–578, 2022, doi: 10.30606/hirarki.v4i1.1476.
- [22] L. B. Hasiholan and D. Amboningtyas, "Model Pemasaran Digital Marketing dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Kota Semarang," *J. Sains Sosio Hum.*, vol. 5, no. 1, pp. 45–48, 2021, doi: 10.22437/jssh.v5i1.13142.

Pelatihan Pemanfaatan Microsoft Word Untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional Bisnis Bagi Pelaku Umkm Malang Raya

Eni Farida^{*1}, Dian Wahyuningsih², Evy Sophia³, Linda Suvi Rahmawati⁴, Sujito⁵

¹ Sistem Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

² Teknologi Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

³ Sistem Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

⁴ Sistem Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

⁵ Teknologi Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita

* eni@stimata.ac.id

Info Artikel

Article history

Received : 11 Oktober 2024

Revised : 25 Oktober 2024

Accepted: 20 Desember 2024

Keywords

Pelatihan
Teknologi Informasi,
Microsoft Word,
UMKM

ABSTRAK

Improving information technology has become the main key in advancing various economic sectors, including Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM). In the midst of the current digital era, UMKM in Malang City must be able to utilize information technology effectively to increase their competitiveness and operational efficiency. Training in this field is very important so that UMKM can understand and implement information technology optimally according to their business needs.

In this context, the information technology training in question is Microsoft Word (Ms. Word) training. This Community Service Activity emphasizes training on the use of Microsoft Word for UMKM throughout the Greater Malang area, as well as how applying this knowledge can help improve operational efficiency and business competitiveness. The aim of this community service activity is to provide knowledge and understanding to business people or UMKM throughout Malang Raya, about the importance of Ms. Word to improve operational efficiency and competitiveness of UMKM, as well as increase knowledge and skills on how to operate Ms. Word and apply it in business activities and reporting.

As a result of this training, UMKM can create simple business report formats, which can still be developed based on the needs of the business they manage. So they can increase their operational efficiency and competitiveness.

1. Pendahuluan

Peningkatan teknologi informasi telah menjadi kunci utama dalam memajukan berbagai sektor ekonomi, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di tengah era digital saat ini, UMKM di Kota Malang harus mampu memanfaatkan teknologi informasi secara efektif untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional mereka. Pelatihan dalam bidang ini sangat penting agar

UMKM dapat memahami dan mengimplementasikan teknologi informasi secara optimal sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka.

Dalam konteks ini, pelatihan teknologi informasi yang dimaksud adalah pelatihan Microsoft Word (Ms. Word). Microsoft Word merupakan salah satu perangkat lunak pengolah kata yang paling populer dan paling sering digunakan di seluruh dunia. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kemampuan untuk menggunakan Microsoft Word dengan baik dapat memberikan keuntungan yang signifikan dalam mengelola dokumen, menyusun proposal, dan berkomunikasi dengan pelanggan dan mitra bisnis.

Pelatihan dalam penggunaan Microsoft Word tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam penulisan dan pengeditan dokumen, tetapi juga membuka peluang untuk meningkatkan profesionalisme dalam presentasi dan komunikasi bisnis. Dengan menguasai fitur-fitur dasar seperti formatting teks, pengaturan layout, pembuatan tabel, serta penggunaan template dan mail merge, UMKM dapat lebih mudah menyusun dokumen-dokumen yang profesional dan memenuhi standar.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat kali ini menekankan pada pelatihan penggunaan Microsoft Word bagi UMKM se wilayah Malang Raya, serta bagaimana penerapan pengetahuan ini dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing bisnis mereka. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku bisnis atau UMKM se Malang Raya, tentang pentingnya Ms. Word untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM, serta meningkatkan pengetahuan dan keterampilan cara mengoperasikan Ms. Word dan mengaplikasikan dalam kegiatan bisnis dan pelaporan UMKM se Malang Raya

2. Metode

Pengabdian kepada Masyarakat menggunakan metode Pengabdian kepada Masyarakat menggunakan metode Participatory Action Research (PAR)[1], yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu Identifikasi Masalah, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi dan Refleksi Pembelajaran[2].

Selain itu dalam penyampaian materi pelatihan disampaikan dengan menggunakan metode penyuluhan dan pelatihan penggunaan Ms. Word

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berlangsung selama 1 (satu) bulan, terhitung sejak 2 – 31 Oktober 2024, yang terdiri dari beberapa tahapan berikut :

2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah suatu tahap permulaan berupa kegiatan pencatatan terhadap seluruh masalah yang terdapat dilapangan[3]. Identifikasi masalah dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) STIMATA melalui komunikasi dan koordinasi dengan Koordinator kelompok UMKM untuk menghimpun permasalahan dan kebutuhan, yang dilakukan mulai tanggal 3 – 12 Oktober 2024, dan didapat beberapa hal yang menjadi permasalahan atau kebutuhan UMKM, salah satunya adalah bahwa pelaku UMKM belum mampu menggunakan Ms. Word dalam penyusunan laporan dan administrasi surat menyurat.

2.2 Perencanaan

Perencanaan kami lakukan mulai tanggal 14-18 Oktober 2024 yang meliputi tentang cara dan sarana yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan.

Berdasarkan indentifikasi masalah tersebut di atas, tim PKM STIMATA merencanakan kegiatan pelatihan pengenalan Ms. Word untuk pelaku UMKM, dengan rincian sebagai berikut:

- a. Persiapan penentuan instruktur dan tim pembantu pelatihan
- b. Persiapan dan pengadaan materi pelatihan
- c. Persiapan lokasi pelatihan dan fasilitas akomodasi
- d. Persiapan dokumentasi dan pelaporan

2.3 Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam mencapai tujuan yang dikehendaki melalui serangkaian proses yang telah direncanakan[4].

Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 24 Oktober 2024 bertempat di Gedung MCC lantai 2 diikuti oleh pelaku UMKM sebanyak 15 orang dengan instruktur adalah Ibu Dian Wahyuningsih, dan dibantu oleh Ibu Eni Farida, Ibu Evy Sophia, Ibu Linda Suvi Rahmawati, dan Bapak Sujito.

Materi pelatihan meliputi : pengenalan Ms. Word dan fitur-fitur di dalamnya serta fungsi dalam penggunaannya, pembuatan cover laporan, membuat daftar isi, daftar gambar dan tabel secara otomatis, pembuatan laporan, table dan fungsi lainnya dalam Ms. Word.

2.4 Evaluasi

Evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan oleh tim PKM STIMATA diberikan kepada peserta pelatihan untuk mengetahui kualitas pelaksanaan pelatihan. Tim PKM STIMATA menyusun evaluasi beberapa kuesioner dengan pertanyaan yang dapat mengukur tingkat kualitas dari sebuah kegiatan pelatihan.

Dalam mengukur kepuasan digunakan 5 (lima) skala Likert, dengan rincian:

- a. Jawaban Sangat Puas : Skor 5
- b. Jawaban Puas : Skor 4
- c. Jawaban Cukup Puas : Skor 3
- d. Jawaban Kurang Puas : Skor 2
- e. Jawaban Tidak Puas : Skor 1

Analisis data kepuasan menggunakan analisis data deskriptif, Dimana analisis data hanya untuk mmenggambarkan seberapa besar hasil deskripsi yang diperoleh melalui penjaringan data. Hasil akhir berupa prosentase yang kemudian diinterpretasikan, menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\left[\text{Persentase nilai} = \frac{\text{nilai yang diperoleh}}{\text{nilai maksimum}} \times 100\% \right]$$

Selanjutnya hasil perhitungan ditafsirkan ke dalam skala kriteria penafsiran yang bersifat kualitatif, seperti pada table berikut:

Tabel 1. Tabel Kategori

No	Persentase (%)	Kategori/Aspek Kualitas
1	81 - 100	Sangat Baik
2	61 - 80	Baik
3	41 - 60	Cukup
4	21 - 40	Tidak Baik
5	0 -20	Sangat Tidak Baik

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan mulai tanggal 2 – 31 Oktober 2024, dan dihadiri oleh 15 orang pelaku UMKM di wilayah Kota Malang. Sedangkan pelaksanaannya bertempat di Laboratorium Komputer Lantai 4 Gedung *Malang Creative Center* (MCC) Kota Malang, yang beralamat di Jl. Ahmad Yani No.53, Blimbing, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65118.

Kegiatan pelatihan yang diberikan adalah pengenalan Ms. Word dan fitur-fitur di dalamnya serta fungsi dalam penggunaannya, pembuatan cover laporan, membuat Daftar Isi, Daftar Gambar dan Tabel secara otomatis, pembuatan laporan, tabel dan lain-lain.

Selain penyampaian materi pada peserta pelatihan, TIM STIMATA juga memberikan kuesioner untuk diisi peserta, terkait dengan materi dan pelaksanaan kegiatan.

Berikut adalah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan kepada peserta :

1. Apakah kegiatan pelatihan ini memberikan pengetahuan baru?
2. Apakah materi pelatihan, sesuai dengan kebutuhan?
3. Apakah jenis aplikasi yang diberikan sangat membantu dalam melakukan kegiatan bisnis?
4. Apakah sarana dan prasarana pelatihan nyaman dan mendukung kegiatan pelatihan?
5. Apakah Instruktur menyampaikan materinya dengan baik dan mudah difahami?
6. Apakah tim pengabdian sangat membantu dalam pelaksanaan kegiatan?

Selama pelaksanaan program, dan hasil dari kuesioner yang disebarkan kepada peserta, diperoleh hasil sebagai berikut:

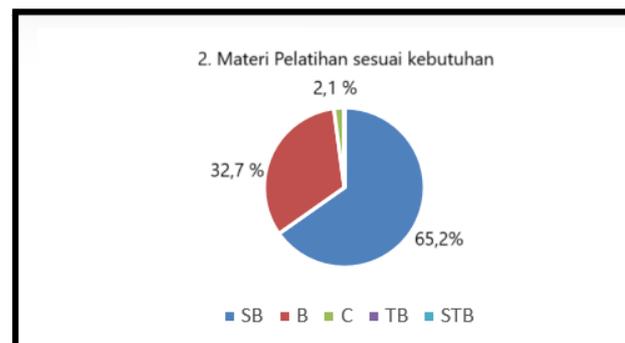
1. Peserta sangat senang mengikuti kegiatan pelatihan ini, karena menurut mereka pelatihan ini memberikan pengetahuan baru yang belum mereka dapatkan, terbukti 75,2% mengisi sangat baik, 18% baik dan 5,6% cukup baik

2.



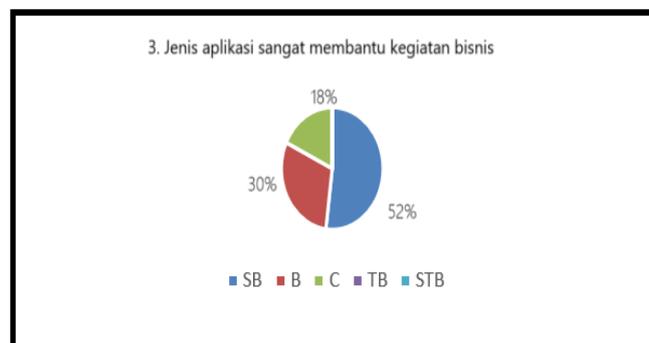
Gambar 1. Prosentase Jawaban Pertanyaan no.1

3. Peserta merasakan bahwa materi pelatihan sangat berguna dan sesuai dengan kebutuhan bisnis, hal ini terlihat 65,2% mengisi sangat baik, 32,7% baik dan 2,1% cukup baik



Gambar 2. Prosentase Jawaban Pertanyaan no.2

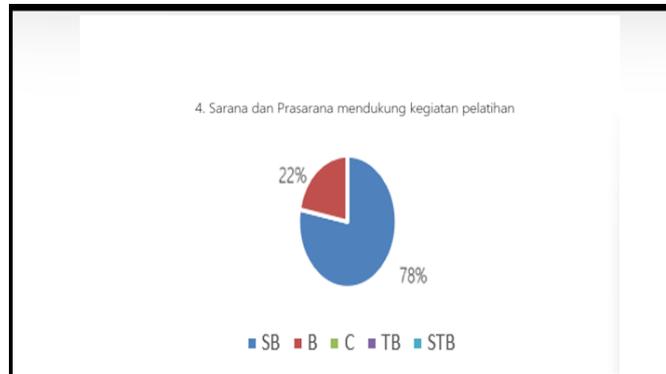
4. Peserta juga merasakan bahwa aplikasi Ms.Word akan sangat membantu kegiatan bisnis, dapat dilihat peserta menjawab 52% sangat membantu, 30% membantu dan 18% cukup membantu kegiatan bisnis.



Gambar 3. Prosentase Jawaban Pertanyaan no.3

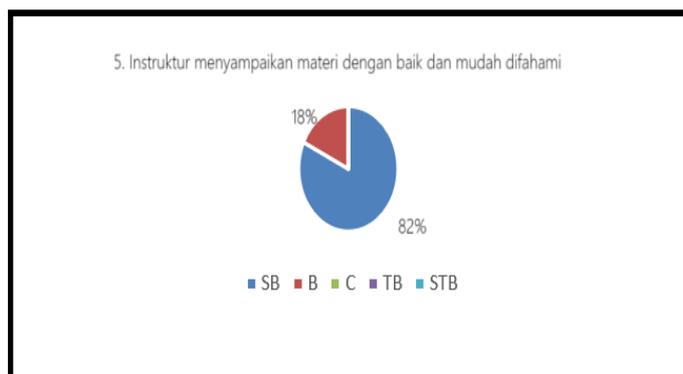
5. Situasi yang nyaman dan kondusif didukung sarana dan prasarana yang memadai membuat pelatihan berjalan dengan baik dan mendukung

kegiatan pelatihan, 78% menjawab sangat mendukung, dan 22% menjawab mendukung.



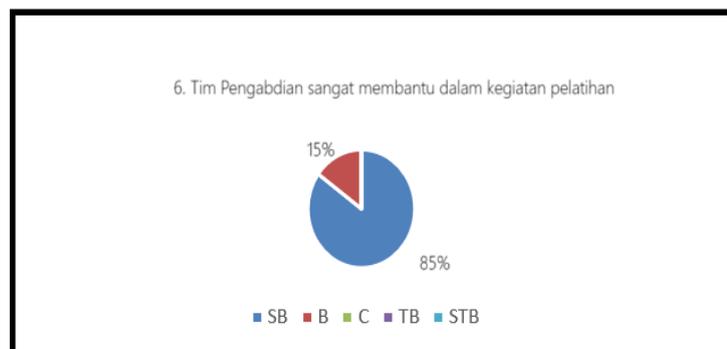
Gambar 4. Prosentase Jawaban Pertanyaan no.4

6. Peserta sangat puas karena Instruktur dapat menyampaikan materi dengan baik dan mudah difahami oleh peserta, kepuasan peserta 82% sangat puas dan 18% puas.



Gambar 5. Prosentase Jawaban Pertanyaan no.5

7. Peserta juga sangat puas, karena tim pengabdian sangat membantu dalam pelaksanaan kegiatan, sehingga peserta tidak menemui kesulitan dalam pelaksanaan kegiatan, 85% sangat puas dan 15% menjawab puas.



Gambar 6. Prosentase Jawaban Pertanyaan no.6

Foto-foto kegiatan pelatihan dalam dilihat pada gambar berikut :



Gambar 7. Suasana selama kegiatan



Gambar 8. Peserta dan Tim Pengabdian Masyarakat

4. Kesimpulan

Hasil dari pelatihan ini, para pelaku UMKM dapat membuat format laporan bisnis sederhana, yang masih bisa dikembangkan kembali berdasarkan kebutuhan bisnis yang mereka kelola. Sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM itu sendiri.

Peserta antusias dalam mengikuti pelatihan, karena menganggap bahwa materi yang diberikan mudah difahami dan sangat berguna untuk kebutuhan bisnis yang mereka kelola.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih atas kepada para peserta pelatihan para pelaku UMKM se wilayah Malang yang sangat antusias mengikuti pelatihan dari awal hingga berakhirnya kegiatan, terima kasih juga kepada pihak MCC (*Malang Creative Center*) yang telah menyediakan tempat, sarana dan prasarana yang digunakan dalam kegiatan ini.

Referensi

- [1] A. Zunaidi, *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yogyakarta: Yayasan Putra Adi Dharma, 2002.
- [2] A. Afandi dan et all, *Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2022.
- [3] J. Dimiyati, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya Pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2013.
- [4] Prawirosumarto S, Elmande Y, dan Nugraha N, *Aplikasi Komputer* (E.Setiadi, Ed). Mitra Wacana Media, 2012.
- [5] Edi S. Mulyanta, Joko I Mumpuni, *Lahir Mahir dengan Microsoft Word 2019*, Yogyakarta: Andi Offset, 2019.

Diterbitkan oleh STMIK PPKIA Pradnya Paramita
Jl. Laksda Adi Sucipto No. 249-A Malang - 65141
Telp. (0341) 412699, Fax. (0341) 412782

Official Website : stimata.ac.id
Email : seket@stimata.ac.id



LION CAMPUS