

## **Pengoptimalisasi Potensi Sumber Daya Manusia Dalam meningkatkan Kesejahteraan Pelaku UMKM Melalui Teknologi**

**Ni Made Satya Utami\*<sup>1</sup>, Ni Putu Tia Damayanti<sup>2</sup>,**  
<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Studi Manajemen,  
Universitas Mahasaraswati Denpasar, Jln. Kamboja No 11 A Denpasar

Corresponding author e-mail: \*[satyakesawa@unmas.ac.id](mailto:satyakesawa@unmas.ac.id)

### **Abstrak**

Setiap usaha atau bisnis pasti mengalami penjualan yang fluktuatif. Penurunan penjualan ini diakibatkan oleh banyak faktor salah satunya yaitu faktor promosi. Dimana kurangnya promosi mampu membuat penjualan menurun karena kurang banyaknya orang yang mengetahui tentang bisnis yang sedang dijalani. Karena pada dasarnya promosi merupakan bagian yang sangat menentukan dan tidak terpisahkan untuk keberhasilan suatu bisnis tersebut. Salah satu promosi yang sering sekali digunakan oleh pembisnis dan mendapatkan *feedback* yang sangat cepat yaitu *media sosial promotion*. Tujuan pengabdian yang dilaksanakan di Njs.Projects untuk melakukan pelatihan pengoptimalan promosi melalui sosial media dan pendampingan dalam membantu membuat katalog-katalog produk di instagram serta pendampingan pembuatan katalog *wrapping* untuk mempermudah pembeli dalam memilih pesanan mereka dan membantu karyawan dalam menjelaskan dan mencatat pesanan sesuai dengan keinginan pembeli. Metode pengabdian yaitu dengan *PRA (Participatory Rural Appraisal)* yang melibatkan partisipasi para karyawan Njs.Projects. Hasil dari pengabdian di Njs.Projects, pelaku UMKM mengalami peningkatan dan penghasilan yang sangat pesat, jumlah kenaikan orderanpun semakin tinggi, karena keberhasilan dalam penggunaan teknologi seperti sosial media sebagai media promosi. Selain itu, pekerjaan karyawan dapat lebih efisien dan efektif dengan adanya katalog-katalog produk dan *Wrapping* sehingga meminimalisir kesalahan-kesalahan dalam mencatat orderan calon pembeli.

**Kata kunci** : Promosi sosial media, Katalog Produk, Katalog Wrapping

### **Abstract**

*Every business must experience volatile sales. The decline in sales is caused by many factors, one of which is the promotional factor. Where the lack of promotion can make sales decline because fewer people know about the business being undertaken. Because promotion is a very decisive and integral part of the success of a business. One promotion that is often used by business people and gets very fast feedback is social media promotion. Service objectives implemented in Njs. Projects to conduct training optimization of promotion through social media and assistance in helping create product catalogs on Instagram as well as assistance in making catalog wrapping to make it easier for buyers to choose their orders and assist employees in explaining and recording orders by the wishes of buyers. The method of Service is by PRA (Participatory Rural Appraisal) which involves the participation of Njs. employees. Projects. The result of devotion in Njs. Projects and MSME actors experienced a very rapid increase in income, and the number of orders increased even higher, because of the success in using technology such as social media as a promotional Medium. In addition, the work of employees can be more efficient and effective with product catalogs and wrapping to minimize errors in recording orders of prospective buyers.*

**Keywords**: Social media promotion, Product Catalog, catalog Wrapping

## **PENDAHULUAN**

Pengabdian masyarakat merupakan salah satu program Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk mencapai 8 indikator kinerja utama, namun dalam pelaksanaannya ini hanya 3 indikator kinerja utama yang dilakukan yaitu mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung, belajar diluar kampus, dosen melakukan kegiatan diluar kampus, hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat dalam mengimplikasikan dan mengintegrasikan ilmu pengetahuan yang dikuasai dalam memecahkan permasalahan-permasalahan yang umumnya timbul di lingkungan Masyarakat (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi and Kebudayaan 2021).

Berdasarkan hasil observasi dan kunjungan tim pengabdian yang dilakukan pada tanggal 21 Februari 2024, Njs. Project merupakan Toko bunga berdiri pada tahun 2020 tepatnya pada bulan Maret pada saat Pandemi Covid-19. Njs.Projects merupakan toko bunga yang sempat viral menjual bucket-bucket bunga dengan banyak variasi bentuk dengan harga murah dimulai dari harga Rp 35.000 sudah bisa bebas memilih warna bunga yang pembeli inginkan serta menjual kerajinan tangan seperti bingkai 3D dengan berbagai ukuran.

Fenomena yang terjadi bahwa Pada saat ini, Kemajuan teknologi informasi telah berkembang dengan pesat, menjadi sumber daya utama bagi berbagai bisnis dari skala kecil hingga besar, untuk mencapai pasar yang diinginkan, penting bagi para pengusaha untuk menggunakan strategi pemasaran dan platform media yang sesuai (Utami, Sandrya, and Dwijana 2023). Hal ini bertujuan untuk terus meningkatkan volume penjualan dan mendapatkan profit yang optimal (Fauzi Achmad 2023).

Peran media sosial tidak terbatas hanya sebagai platform komunikasi, melainkan juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Karena cakupannya yang luas dan tidak terbatas, media sosial telah menjadi sarana pemasaran yang sangat penting bagi generasi milenial (Alamsyah D.N 2023). Permasalahan pertama toko bunga Njs. Project belum maksimal dalam penggunaan teknologi informasi digital. Kemajuan teknologi informasi telah berkembang dengan pesat, menjadi sumber daya utama bagi berbagai bisnis dari skala kecil hingga besar. Kehadiran pesaing yang banyak mempertimbangkan para pengusaha untuk terlibat dalam persaingan yang sangat kompetitif.

Di era teknologi modern yang penuh dengan teknologi canggih, kehidupan kita (sumber daya manusia) telah mengalami transformasi digital yang sangat luar biasa (Triansyah et al. 2023). Melansir data dari Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2020, Indonesia mencatat pertumbuhan pesat dalam penggunaan teknologi dan internet selama lima tahun terakhir. Bahkan, angka penggunaan internet di rumah tangga telah mencapai 78,18 persen, sementara pengguna telepon seluler meningkat hingga 62,84 persen (Statistik 2021). Fenomena ini menggambarkan betapa besar minat masyarakat terhadap teknologi dalam kehidupan sehari-hari (Izzulsyah 2022). Maka dari itu hal yang perlu di optimalkan yaitu untuk mengajarkan para karyawan memasarkan produk-produk di sosial media seperti Instagram dan Tiktok (Sariani and Utami 2021).

Masalah kedua yang ditemukan yaitu kurang adanya katalog-katalog produk sehingga membuat pembeli kesusahan saat melakukan pembelian dan

karyawanpun kesusahan saat mencatat orderan calon pembeli karena kurangnya gambaran yang dapat diberikan oleh pembeli. Sehingga terkadang terjadi kesalahan pembuatan orderan sehingga membuat kerugian yang timbul. Katalog adalah “alat yang membantu penemuan dan pemilihan bahan-bahan bacaan dengan mencatat dan mengelompokkan buku-buku menurut aspek-aspek tertentu.” (Ranganathan 2006) Ranganathan menekankan pentingnya katalog sebagai alat bantu untuk menemukan materi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna .

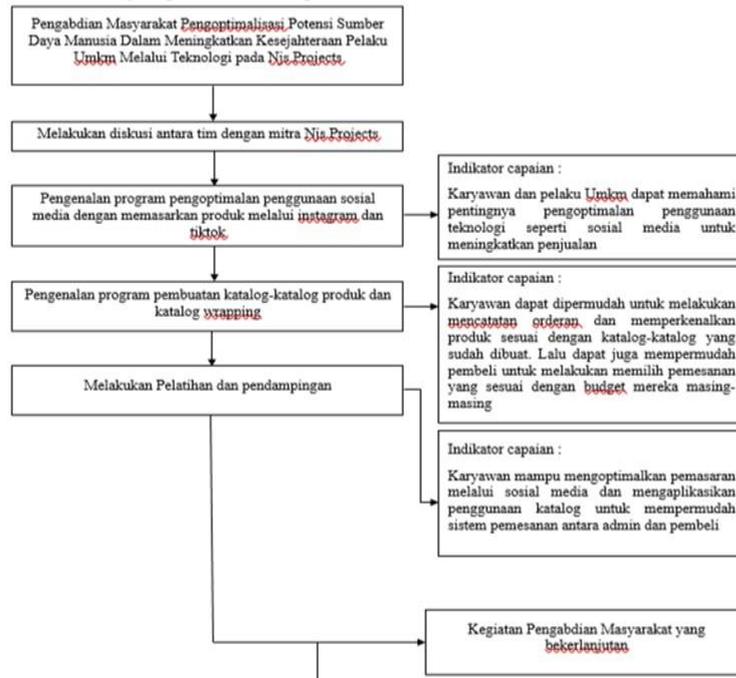
Dari sudut pandang para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa katalog merupakan sistem yang terstruktur dan teratur yang memfasilitasi akses dan pencarian terhadap koleksi bahan pustaka. Katalog memainkan peran penting dalam memudahkan pengguna untuk menemukan dan mengakses informasi yang mereka perlukan. Dengan menggunakan aturan-aturan yang ditetapkan, deskripsi yang rinci, dan pengaturan berdasarkan kategori tertentu, katalog memungkinkan pengguna untuk menavigasi koleksi perpustakaan dengan lebih efektif.

Berdasarkan diskusi dan hasil kesepakatan bersama pihak mitra (pelaku UMKM) dan Tim pelaksana pengabdian ini penting dilakukan untuk memberikan solusi dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi diatas.

## **METODE**

Kegiatan Pengoptimalisasi Potensi Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku Umkm Melalui Teknologi dilakukan pada Njs.Projects yang beralamat di Jalan Pulau Misol 1 No. 06, Dauh Puri Kauh, Kec. Denpasar Barat, Kota Denpasar, menggunakan metode *PRA (Participatory Rural Appraisal)* yang mendukung keberhasilan kegiatan karena melibatkan partisipasi Owner Njs.Projects beserta pegawai yang mendukung penuh kegiatan ini (Ahmad Muhsin, Nafisah, and Siswanti 2018), Pegawai yang bersemangat dan cepat memahami saat diberikan arahan dalam pengoptimalan penggunaan teknologi informasi lalu mengimplementasikannya setiap hari.

Kegiatan dilaksanakan pada 18 Maret 2024 sampai dengan 2 Mei 2024 dilaksanakan melalui beberapa tahapan untuk dapat menyelesaikan permasalahan pada Njs.Projects. Dapat digambarkan dalam bagan alir berikut:



Gambar 1. Bagan Alir Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan sesuai dengan alur metode Pelaksanaan Pengabdian masyarakat:

1. Tim pengabdian melakukan survei pada 18 Maret 2024 di Njs.Projects untuk mengetahui kondisi dan potensi yang mungkin dapat dikembangkan kedepannya. Tim pengabdian berdiskusi dengan owner dan karyawan untuk mengungkap permasalahan yang dihadapi dan mencari solusi yang paling sesuai. Adapun permasalahan yang ditemui yaitu masih kurang optimalnya penggunaan teknologi seperti sosial media karena dilihat dari fenomena dimana jika karyawan kurang aktif dalam penggunaan sosial media untuk membuat konten-konten pemasaran produk jumlah orderan yang masukpun berkurang. Lalu masalah kedua yaitu masih banyaknya salah pencatatan orderan sehingga hasilnya tidak sesuai dengan yang pembeli inginkan karena kurang adanya katalog-katalog produk.
2. Tim pengabdian pada tanggal 25 Maret 2024 melakukan sosialisasi tentang pentingnya peran teknologi seperti sosial media dalam memajukan UMKM dan meningkatkan penjualan sehingga karyawan dan owner lebih mengetahui tentang peran sosial media dalam pemasaran produk dan pentingnya katalog produk untuk membantu calon pembeli dalam menjelaskan orderan mereka dan membantu karyawan dalam mencatat orderan sesuai yang pembeli inginkan.
3. Tim pengabdian pada tanggal 1 April 2024 membantu karyawan dalam pembuatan katalog produk di instgram agar memberikan gambaran jelas kepada para calon pembeli tentang produk yang dijual dan mudah calon pembeli untuk memilih bucket yang mereka inginkan dan membantu membuat katalog-katalog wrapping untuk memudahkan karyawan dalam memberikan gambaran wrapping sesuai yang pembeli inginkan.
4. Tim pengabdian pada tanggal 08 April 2024 memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan pengoptimalan penggunaan sosial media.

Dengan cara mencari referensi konten-konten bucket bunga di tiktok dan mencari tahu cara pembuatan instastory instagram agar mampu menarik minat calon pembeli.

5. Tim pengabdian pada tanggal 15 April 2024 membantu memasarkan produk melalui teknologi seperti Instagram dengan cara menerapkan pelatihan minggu lalu yaitu memposting konten-konten tiktok dan memposting instastory dengan template harga dan nama katalog.
6. Tim pengabdian pada tanggal 22 April 2024 melakukan evaluasi untuk mengetahui bagaimana perkembangan kinerja karyawan dan apakah penjualan meningkat atau tidak.
7. Berakhirnya pelaksanaan pengabdian tanggal 2 Mei 2024, Tim Pelaksana dan mitra (Pelaku UMKM) berharap adanya kegiatan yang berkelanjutan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Ketercapaian pelaksanaan kegiatan Pengoptimalisasi Potensi Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku Umkm Melalui Teknologi melalui :

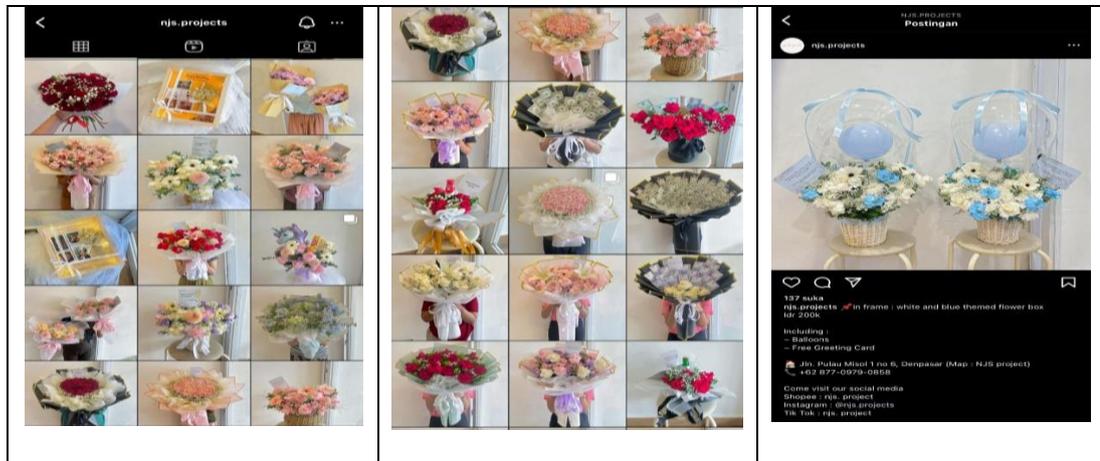
1. Melakukan Survei kondisi serta melakukan diskusi dan pendekatan tentang program yang akan dilaksana sesuai dengan permasalahan yang ada. Program yang akan dilaksanakan yaitu pengoptimalan penggunaan teknologi informasi seperti sosial media sebagai media untuk promosi produk hingga mampu meningkatkan penjualan serta pembuatan katalog-katalog produk dan wrapping untuk memudahkan calon pembeli memilih pesanan mereka dan admin dalam pekerjaannya mencatat pesanan pembeli. Tujuan dilakukannya diskusi dan pendekatan ini untuk menjalin hubungan baik dengan mitra agar rencana program kerja yang akan dilaksanakan dapat berjalan dengan baik dan lancar. Hasil dari Respond dari mitra cukup baik dan memberikan dukungan terhadap rencana program yang akan dilaksanakan.



Gambar 2. Survei kondisi, Diskusi program dan pendekatan

2. Membantu karyawan dalam pembuatan katalog produk di instragram agar memberikan gambaran jelas kepada para calon pembeli tentang produk yang dijual dan memudahkan calon pembeli untuk memilih bucket yang mereka inginkan selain itu karyawan juga mudah untuk menjelaskan

kepada pembeli tentang gambaran bucket-bucket yang ada dan membantu membuat katalog-katalog wrapping untuk memudahkan karyawan dalam memberikan gambaran wrapping sesuai yang pembeli inginkan agar meminimalisir kesalahan dalam pembuatan pesanan yang kurang sesuai dengan keinginan pembeli.



Gambar 3. Katalog-Katalog produk pada Instagram Njs.Projects

Pembuatan Katalog-Katalog di Instagram bertujuan untuk menjangkau pasar agar lebih luas dan mampu menarik minat calon pembeli untuk membeli produk di Njs.Projects. Ketika pembuatan katalog dilakukan akan memberikan gambaran sangat jelas. Dibagian *Caption* diisi dengan nama produk, bagian-bagian produk hingga harga produk sehingga calon pembeli sudah mendapatkan informasi yang jelas. Selain itu pembuatan katalog di Instagram juga mempermudah calon pembeli dalam memilih pesanan mereka dimanapun dan kapanpun tanpa harus pergi ke toko atau menghubungi toko terlebih dahulu sehingga lebih efisien.



Gambar 4. Membantu dalam pembuatan katalog Wrapping



**Gambar 5. Katalog-Katalog Wrapping**

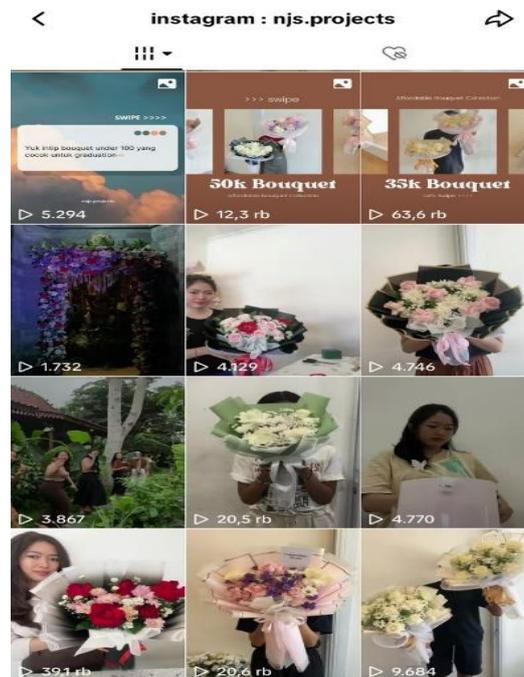
Pembuatan katalog wrapping ini bertujuan untuk mempermudah admin dalam menjelaskan dan memastikan warna serta bentuk wrapping yang akan digunakan oleh pembeli sebelum menulis orderan pada nota sehingga mengurangi kesalahan *Miss-Communication* dan kesalahan ekspektasi pembeli tentang warna wrapping yang digunakan.

3. Membantu dalam pengoptimalan promosi produk melalui teknologi informasi yaitu sosial media seperti Instagram dan tiktok dengan cara memposting konten-konten tiktok tentang produk-produk yang ada dan memposting instastory dengan template harga dan nama katalog.



**Gambar 6. Pembuatan Instastory pada instagram Njs.Projects**

Pembuatan Instastory ini dilaksanakan setiap hari dengan langkah-langkah setiap orderan yang sudah siap di toko di foto dengan pencahayaan yang bagus sehingga hasil foto jernih dan sesuai dengan keadaan agar menghindari foto katalog yang berbeda dengan aslinya. Setelah hasil foto dipastikan jernih, selanjutnya foto diedit dengan border template yang sudah disiapkan oleh Njs.Projects lalu diberikan harga di pojok kanan atas dan yang terakhir foto tersebut siap di posting pada instastory instagram Njs.Projects.



Gambar 7. Tiktok Njs.Projects

Pembuatan konten di tiktok juga sangat mempengaruhi dalam memperkenalkan brand toko serta produk-produk yang ada. Karena kelebihan yang dimiliki oleh tiktok yaitu video mudah *Fyp* kesemua orang dengan jangkauan yang luas diluar followers yang dimiliki sehingga lebih mampu menjangkau orang yang luas dan banyak.

Dengan diadakannya program kerja ini diharapkan Njs.Projects mampu mengoptimalkan penggunaan sosial media sebagai media promosi karena dilihat dari data orang yang menggunakan sosial sangat banyak bahkan hampir semua orang menggunakan sosial media sehingga peran sosial media dalam media promosi sangat berpengaruh besar. Dengan promosi yang berhasil akan membuat brand semakin dikenal di kalangan masyarakat dan mampu meningkatkan penjualan serta keuntungan.

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan ini dilakukan agar tidak adanya kesalahan yang terjadi kembali akibat kesalahpahaman warna wrapping yang ada di toko dan kesalahan pembuatan nota untuk bagian-bagian bunga dalam rangkaian bucket-bucket karena sudah diperjelas dengan foto katalog yang dikirim oleh pembeli dari instagram Njs.Projects.

## KESIMPULAN

Dengan adanya kegiatan pemberdayaan Masyarakat ini maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Permasalahan yang pertama ditemui yaitu masih kurang optimalnya penggunaan teknologi seperti sosial media karena dilihat dari fenomena dimana jika karyawan kurang aktif dalam penggunaan sosial media untuk membuat konten-konten pemasaran produk jumlah orderan yang meskipun berkurang, dengan dilakukan kegiatan PKM ini, memberikan solusi

membantu para admin dalam mengoptimalkan penggunaan sosial media seperti membuat instgram dan tiktok dengan cara membuat konten-konten tentang produk seperti cara pembuatan bucket-bucket bunga dan menguploadnya ke tiktok, selain itu pembuatan instastory dan postingan di instgram juga dilakukan dengan memfoto setiap bucket-bucket dengan harga yang sama lalu memostingnya dengan keterangan nama bucket dan harganya sehingga memudahkan calon pembeli untuk melakukan pengorderan, maka jumlah kenaikan orderan dan penghasilan sangat meningkat pesat karena keberhasilan dalam penggunaan teknologi seperti sosial media sebagai media promosi.

2. Permasalahan kedua yaitu masih banyaknya salah pencatatan orderan sehingga hasilnya tidak sesuai dengan yang pembeli inginkan karena kurang adanya katalog-katalog produk, kegiatan PKM ini dilakukan dengan membantu karyawan dalam pembuatan katalog-katalog produk di sosial media seperti instgram dengan cara pembuatan higligh bucket sesuai dengan harganya jadi memudahkan pembeli memilih bucket sesuai dengan budget mereka. Selain itu pembuatan katalog wrapping juga dilakukan untuk memudahkan karyawan dalam memberikan rekomendasi wrapping kepada pembeli dan pembeli mudah memilih wrapping yang mereka inginkan. Dan karyawan dapat melaksanakan pekerjaan lebih efisien dan efektif, dengan adanya pembuatan dkatalog-katalog produk dan *Wrapping* dapat meminimalisir kesalahan-kesalahan dalam mencatat orderan calon pembeli.

### **SARAN**

Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat ini diharapkan adanya keberlanjutan secara konsisten, karyawan melakukan pelatihan dan mengembangkan diri serta mengoptimalkan penggunaan teknologi seperti sosial media untuk dijadikan media promosi karena dampak yang dihasilkan sangat besar. Selain itu untuk selalu memperbaharui katalog-katalog yang ada agar memudahkan pekerjaan dan mengefisienkan waktu pekerjaan dalam pencatatan orderan. Dengan adanya peningkatan oderan dan semakin berkembangnya usaha maka dapat mensejahterakan semua pihak baik pelaku UMKM itu sendiri dan karyawannya.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim Pelaksana pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi dukungan baik dari segi **financial** maupun **non financial** berupa tenaga, fisik, dan ide pikiran terhadap kegiatan PkM ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Ahmad Muhsin, Laila Nafisah, and Yuni Siswanti. 2018. DEEPUBLISH *Participatory Rural Appraisal (PRA) For Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pertama. Yogyakarta, Indonesia: CV BUDI UTAMA.

Alamsyah D.N. 2023. "IMPROVING SALES RATE THROUGH SOCIAL MEDIA MARKETING." *Jurnal ilmiah fakultas ekonomi universitas flores* 13: 167–80.

- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, and Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. 2021. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan *Buku Panduan Indikator Kinerja Utama*. Jakarta.
- Fauzi Achmad, et all. 2023. "PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALANAN TERHADAP IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DI KEDAI SEDOTMEN BEKASI." *ejurnal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri 2*: 5296–5310.
- Izzulsyah, Imam. 2022. "ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI MASA PANDEMI: ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA USE DURING PANDEMIC." *Fraction jurnal teori dan terapan matematika 2(1)*: 21–31.
- Ranganathan, S. R. 2006. "The Five Laws of Library Science." In *School Library Journal*, ed. Public Resource. India: Ess Ess Publications, 20.
- Sariani, Ni Luh Putu, and Ni Made Satya Utami. 2021. "Pelatihan Dan Pendampingan Sistem Informasi Manajemen Di Era New Normal." *Community Development Journal 5(1)*: 205–12.
- Statistik, Badan Pusat. 2021. "Statistik Berkualitas Untuk Indonesia Emas 2045." *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020 , 11 Oktober 2021*: 4–8.
- Triansyah, Fadli Agus et al. 2023. *Transformasi Digital Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Pe. ed. Fitri Rezeki. Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta.
- Utami, Ni Made Satya, Ni Luh Putu Sandrya, and I Gusti Komang Dwijana. 2023. "Pengrajin Industri Rumah Tangga Berbasis Teknologi Menuju UMKM Naik Kelas." *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JMAS) 2(3)*: 843–54.