

Pelatihan *Mumpreneurs* untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Melalui Pemanfaatan Media Sosial

Fitriaty*¹, Shofia Amin ², Tona Auror Lubis ³, Musnaini ⁴, Dessy Elliyana ⁵, Muhammad Haris Saputra⁶,
Luna Laila Larissa ⁷, Akmal Gazanathul Ashar Desky ⁸, Khairi ⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat

^{1,3}) Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi,

^{2,4,5,8,9}) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi,

⁶) Program Studi D4 Manajemen Pemerintahan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi,

⁷) Program Studi Kedokteran Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Jambi

email: *¹ fitriaty@unja.ac.id, ² shofiaamin@unja.ac.id, ³ tonalubis@unja.ac.id, ⁴ musnaini@unja.ac.id,

⁵ dessyelliyana0587@unja.ac.id, ⁶ mharissaputra@unja.ac.id, ⁷ lunallrs1@gmail.com,

⁸ AkmalgazanulA@gmail.com, ⁹ khairi@gmail.com

Abstrak

Pasar Paduka di Kabupaten Muaro Jambi merupakan sebuah tempat pemasaran lokal yang menekankan prinsip ramah lingkungan, menjadi panggung bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mayoritas dilakukan wirausaha perempuan (*mumpreneurs*). *Mumpreneurs* di Pasar Paduka mengalami kesulitan dalam mempromosikan produk secara digital karena kurangnya pemahaman tentang platform digital dan strategi pemasaran online. Masalah prioritas mitra adalah rendahnya pengetahuan tentang digitalisasi, kurang memahami cara mempromosikan produk melalui media sosial dan website, kurang mampu melakukan branding melalui foto produk, dan pengelolaan keuangan belum digitalisasi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk melakukan pelatihan dan pembinaan bagi *mumpreneur* di pasar paduka dalam memahami digitalisasi untuk peningkatan kinerja bisnis. Solusi yang diberikan dalam kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan tentang dasar-dasar digitalisasi, termasuk penggunaan internet, media sosial, dan aplikasi bisnis, memberikan pelatihan praktek tentang strategi pemasaran digital, termasuk pembuatan konten menarik, pengelolaan media sosial, dan penggunaan iklan online, pelatihan dan pendampingan lokakarya fotografi produk yang praktis, dengan fokus pada pencahayaan, komposisi, dan teknik fotografi dasar, serta melakukan pembinaan kepada *Mumpreneur* dalam memilih dan mengimplementasikan sistem pengelolaan keuangan digital yang sesuai dengan kebutuhan bisnis. Metode yang digunakan adalah metode ceramah, diskusi/tanyajawab, demonstrasi/simulasi serta praktek langsung dalam pembuatan dan editing foto dan video serta memposting ke media sosial yang relevan bagi usaha yang dilakukan oleh *Mumpreneur* di pasar paduka di Desa Penyangga Candi Muaro Jambi. Luaran kegiatan ini berupa meningkatnya literasi digital terkait pemanfaatan media sosial untuk memperluas akses pemasaran online di kelompok mitra serta peningkatan manajemen usaha dengan indikator keberhasilan melalui implementasi system aplikasi keuangan dan penyajian laporan keuangan yang sesuai dengan ketentuan akuntansi.

Kata kunci: *Mumpreneurs*, Media Sosial, Literasi Digital, Pasar Paduka, Kinerja Bisnis

Abstract

Pasar Paduka in Muaro Jambi Regency is a local marketing place that emphasizes environmentally friendly principles, becoming a stage for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), the majority of which are carried out by women entrepreneurs (*mumpreneurs*). *Mumpreneurs* in Pasar Paduka experience difficulties in promoting products digitally due to a lack of understanding of digital platforms and online marketing strategies. The partners' priority problems are low knowledge about digitalization, lack of understanding of how to promote products through social media and websites, lack of ability to do branding through product photos, and financial management has not been digitized. This service activity aims to conduct training and coaching for *mumpreneurs* in Paduka market in understanding digitalization to improve business performance. The solutions provided in this service activity are providing training on the basics of digitalization, including the use of the internet, social media, and business applications, providing practical training on digital marketing strategies, including the creation of attractive content, social media management, and the use of online advertising, training and mentoring practical product photography workshops, focusing on lighting, composition, and basic photography techniques, and coaching *Mumpreneurs* in choosing and implementing a digital financial management system that suits business

needs. The methods used were lectures, discussions/questions, demonstrations/simulations and hands-on practice in making and editing photos and videos and posting to social media relevant to the business carried out by Mumpreneurs in the paduka market in the Muaro Jambi Temple Buffer Village. The output of this activity is an increase in digital literacy related to the use of social media to expand access to online marketing in partner groups and improve business management with indicators of success through the implementation of a financial application system and the presentation of financial reports in accordance with accounting requirements.

Keywords: Mumprenurs, Social Media, Digital Literacy, Paduka Market, Business Performance

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dalam ekonomi Indonesia, khususnya di sektor makanan kecil atau jajanan yang sering dijalankan sebagai bisnis rumahan (Handayan et al., 2021). UMKM yang seringkali dijalankan oleh para ibu rumah tangga, atau yang dikenal sebagai Mumpreneur, memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia (Hunafa & Latifah, 2023). Menurut informasi yang diungkapkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, sebanyak 64,5 persen dari total UMKM di Indonesia dikelola oleh perempuan, jumlah tersebut setara dengan sekitar 37 juta UMKM, dengan perkiraan bahwa pada tahun 2025 (Kominfo, 2023). *Mumpreneur* adalah seorang wanita yang mendirikan dan menjalankan bisnisnya sendiri selain mengurus rumah tangga (Isma et al., 2023). *Mumpreneur* yang menggeluti bisnis makanan kecil atau jajanan sebagai bagian dari usaha rumahan yang mereka miliki. Namun, sebagian besar dari UMKM tersebut masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang kurang efisien di era digital saat ini. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk meningkatkan strategi pemasaran produk mereka sesuai dengan kemajuan teknologi yang ada (Utama, 2019).

Pasar Paduka di Kabupaten Muaro Jambi merupakan sebuah tempat pemasaran lokal yang menekankan prinsip ramah lingkungan, menjadi panggung bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dikuasai oleh wirausaha perempuan yang sering dikenal sebagai *mumprenurs* dengan jumlah hampir 30 UMKM. Pendekatan ini diwujudkan melalui penggunaan wadah dari bahan alam sebagai sarana pembungkus, alas, serta wadah untuk makanan, yang mencerminkan kesadaran akan keberlanjutan lingkungan dan kepedulian terhadap tren pasar yang lebih berkelanjutan. Pasar Paduka di Muaro Jambi menjadi titik fokus bagi pengalaman kuliner yang istimewa dengan lebih dari 55 variasi menu khas dusun yang tersedia dengan harga yang sangat terjangkau, berkisar antara Rp. 5 ribu hingga 15 ribu rupiah. Di sini, pengunjung tidak hanya dapat menikmati hidangan lezat yang memanjakan lidah, tetapi juga dapat bernostalgia melalui ragam kuliner dari masa lampau. Terlebih lagi, interaksi langsung dengan para penjualnya, sebagian besar adalah ibu-ibu dari kawasan sekitar, menambah suasana hangat dan akrab di lingkungan pasar ini.



Gambar 1. Pasar Paduka Muaro Jambi

Berbagai hidangan tradisional tersaji di pasar Paduka, termasuk jamu-jamu tradisional, pecal, klepon, padamaran, serta soto dan menu-menu lain yang bervariasi. Suasana pasar yang riuh dengan aroma menggugah dari masakan-masakan lezat menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi para pengunjung. Sementara itu, keceriaan dan keramahan para penjual, khususnya para ibu-ibu, menambah daya tarik pasar ini, memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan berkesan bagi para pengunjung.

Pasar Paduka bukan hanya sekadar tempat untuk menikmati berbagai hidangan lezat, melainkan juga menjadi wadah untuk memperkaya pengalaman budaya dan sosial. Melalui interaksi langsung dengan penjualnya, pengunjung dapat menggali lebih dalam tentang kekayaan kuliner dan warisan budaya yang dimiliki oleh daerah tersebut. Dengan demikian, Pasar Paduka bukan hanya destinasi kuliner yang menggugah selera, tetapi juga menjadi tempat yang mempererat hubungan sosial dan memperkuat ikatan komunitas di sekitarnya.

Meskipun demikian, di balik kesan yang mengesankan dari konsep ini, *mumprenurs* di Pasar Paduka dihadapkan pada sejumlah tantangan, terutama terkait dengan kurangnya pemahaman tentang digitalisasi. *Mumprenurs* di Pasar Paduka mengalami kesulitan dalam mempromosikan produk secara digital karena kurangnya pemahaman tentang platform digital dan strategi pemasaran online. Meskipun *mumprenurs* tersebut menawarkan produk berkualitas tinggi, keterbatasan pengetahuan dalam hal teknologi digital menghalangi kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Dalam era di mana keberhasilan bisnis sering ditentukan oleh kemampuan dalam pemasaran digital, keterampilan digital menjadi sangat penting bagi *mumprenurs* untuk mengembangkan pangsa pasar dan meningkatkan daya saing bisnis mereka. *Mumprenurs* juga menghadapi kesulitan dalam memahami penggunaan alat bantu digitalisasi. Banyak di antara mereka yang belum memahami sepenuhnya teknologi dan alat-alat digital yang dapat mendukung efisiensi operasional serta pengelolaan bisnis mereka. Keterbatasan pemahaman ini menyulitkan *mumprenurs* dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan efektivitas pengelolaan bisnis mereka. Hal ini dapat menyebabkan terhambatnya pertumbuhan bisnis mereka dan mengurangi daya saing mereka di pasar yang semakin ketat.

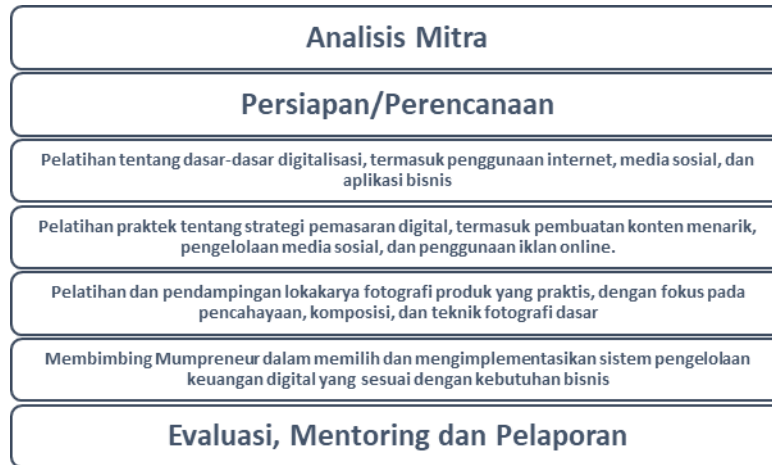
Implikasi dari permasalahan ini adalah *mumprenurs* di Pasar Paduka lemahnya pada kemampuan atau pengetahuan tentang digitalisasi, yang dapat berdampak negatif pada pertumbuhan ekonomi dan inklusi sosial. Dalam situasi di mana teknologi semakin memainkan peran penting dalam aktivitas ekonomi, penting bagi *mumprenurs* untuk memahami dan memanfaatkan alat-alat digital untuk mengembangkan bisnis. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah yang komprehensif untuk memberikan pelatihan dan dukungan yang diperlukan kepada *mumprenurs* agar mereka dapat mengatasi tantangan digitalisasi dan memperkuat posisi mereka dalam pasar yang semakin digital ini.

Kegiatan pengabdian ini juga merupakan program lanjutan dari pelatihan yang telah dilakukan oleh Fitriaty sebagai pembicara di kegiatan yang diadakan oleh Pemerintah Kabupaten Muaro Jambi, tentang Digitalisasi, Branding, Pemasaran dan Penjualan Bagi UMKM di Kab. Muaro Jambi, Pengelolaan Desa Wisata, Pelatihan tata kelola, bisnis dan pemasaran destinasi pariwisata Kabupaten Muaro Jambi, Pelatihan Pengelolaan desa Wisata Kabupaten Muaro Jambi. Dari beberapa seminar dan pelatihan yang telah dilakukan rata-rata tanggapan dari peserta pelatihan menyampaikan bahwa kendala yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan digitalisasi, teknik memfoto serta pencatatan keuangan yang masih konsep manual.

Terkait hal tersebut, maka solusi konkrit yang ditawarkan oleh Tim Pengabdian untuk menyelesaikan sejumlah permasalahan mitra tersebut benar-benar bersifat bottom-up, digali dari mitra pada saat curah gagasan dan disepakati bersama. Adapun solusi yang muncul berbasis pada problem yang dihadapi oleh mitra sehingga diharapkan berdampak senyatanya terhadap perluasan wilayah pemasaran usaha mikro mitra melalui pemasaran online menggunakan media sosial.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan Pelatihan untuk mengoptimalkan potensi pasar digital dalam meningkatkan penjualan dan daya saing bisnis UMKM yang dikelola oleh *Mumpreneur* di Pasar Paduka. Metode yang digunakan adalah metode ceramah, diskusi/tanyajawab, demonstrasi/simulasi serta praktek langsung dalam pembuatan dan editing foto dan video serta memposting ke media sosial yang relevan bagi usaha yang dilakukan oleh *Mumpreneur* di pasar paduka di Desa Penyangga Candi Muaro Jambi. Alur kegiatan pengabdian dilihat dalam bentuk gambar sebagai berikut:



Gambar 2. Alur kegiatan pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian Pelatihan Mumpreneurs Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Melalui Pemanfaatan Media Sosial dilaksanakan pada tanggal 16 September 2024 di Pasar Paduka, Desa Penyangga Candi Muaro Jambi. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pembinaan kepada para mumpreneurs agar dapat memahami serta memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka. Kegiatan pengabdian dibuka langsung oleh ketua tim pengabdian Dr. Fitriaty S.E., M.M.



Gambar 3. Foto Kegiatan Pengabdian

Kegiatan diawali dengan Pembinaan Sistem Pengelolaan Keuangan Digital berfokus pada pembinaan mengenai sistem pengelolaan keuangan digital yang sesuai dengan kebutuhan bisnis para mumpreneurs di sampikan oleh Dr. H. Tona Aurora Lubis, S.E., M.M. Para peserta diajarkan cara memilih aplikasi keuangan yang tepat, mencatat transaksi secara digital, serta pentingnya pengelolaan keuangan yang tertib. Para peserta yang sebelumnya terbiasa dengan pencatatan manual, mulai tertarik menggunakan aplikasi digital untuk menyederhanakan manajemen keuangan mereka, yang diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam pengelolaan bisnis mereka



Gambar 4. Penyampaian Materi Sistem Pengelolaan Keuangan Digital

Materi sesi II yaitu Pelatihan Strategi Pemasaran Digital yang disampaikan oleh Dr. Musnaini S.E., M.M, Kegiatan kedua berfokus pada praktek strategi pemasaran digital, di mana peserta diajarkan cara membuat konten yang menarik, mengelola media sosial dengan efektif, serta menggunakan iklan online untuk memperluas jangkauan pasar. Peserta diajarkan secara langsung teknik pembuatan konten, mulai dari copywriting hingga visual, yang dapat menarik perhatian pelanggan potensial. Dari hasil pengamatan, peserta mampu menghasilkan konten sederhana namun relevan untuk usaha mereka, serta mulai memahami pentingnya analitik media sosial dalam mengukur efektivitas pemasaran mereka.



Gambar 5. Strategi Pemasaran Digital

Materi sesi III dan IV disampaikan oleh Dessy Elliyana S.E.M.Si dan Luna Lailla Larisa dengan topik Lokakarya Fotografi Produk, pada Sesi ketiga ini peserta diberikan pelatihan dan pendampingan lokakarya fotografi produk, yang difokuskan pada teknik pencahayaan, komposisi, serta dasar-dasar fotografi yang mudah diterapkan. Peserta mempraktikkan pengambilan foto produk dengan peralatan yang sederhana, namun hasilnya tetap berkualitas. Peserta menunjukkan peningkatan keterampilan dalam membuat foto yang lebih menarik secara visual, yang berpotensi meningkatkan daya tarik produk di *platform online*.



Gambar 6. Lokakarya Fotografi Produk

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuannya dengan baik. Antusiasme peserta selama kegiatan menunjukkan bahwa mereka menyadari pentingnya digitalisasi dalam bisnis mereka. Banyak dari mereka yang menyatakan kesiapan untuk mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah didapatkan dalam operasional bisnis sehari-hari, terutama dalam mengelola pemasaran dan keuangan secara digital. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif jangka panjang terhadap perkembangan bisnis para mumpreneurs di Pasar Paduka.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan judul pelatihan *Mumpreneurs* Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Melalui Pemanfaatan Media Sosial di Pasar Paduka Desa Muaro Jambi telah selesai dilaksanakan. Sejumlah hal dapat disimpulkan dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu:

1. Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema "Pelatihan *Mumpreneurs* Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Melalui Pemanfaatan Media Sosial" yang dilaksanakan pada tanggal 16 September 2024 di Pasar Paduka, Desa Penyangga Candi Muaro Jambi, dihadiri oleh 30 peserta UMKM wanita. Kegiatan ini berhasil memberikan pelatihan dan pembinaan yang komprehensif, mulai dari pemahaman dasar-dasar digitalisasi, strategi pemasaran digital, fotografi produk, hingga pengelolaan keuangan digital. Berdasarkan hasil evaluasi, peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman serta keterampilan digital yang relevan untuk menunjang pengembangan bisnis mereka.
2. Pelatihan ini juga mendorong para peserta untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif, khususnya dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan. Penggunaan media sosial dan aplikasi bisnis digital yang diperkenalkan dalam pelatihan diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi operasional bisnis para *mumpreneurs*. Selain itu, pelatihan fotografi produk memberi keterampilan penting dalam menampilkan produk mereka secara lebih menarik di *platform online*, yang berpotensi meningkatkan daya tarik produk.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membawa dampak positif yang signifikan bagi peserta. Antusiasme tinggi yang ditunjukkan oleh 30 peserta UMKM wanita menjadi indikasi keberhasilan program ini dalam membekali mereka dengan keterampilan digital yang dapat diaplikasikan langsung pada usaha mereka. Dengan pembinaan lanjutan, para *mumpreneurs* di Pasar Paduka diharapkan dapat terus meningkatkan kinerja bisnis mereka melalui pemanfaatan teknologi dan strategi digital yang tepat.

5. SARAN

Hal yang dapat disarankan untuk dari hasil kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. *Mumpreneur* untuk menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari, khususnya dalam hal pemasaran digital dan pengelolaan media sosial. Konsistensi dalam membuat konten yang menarik, aktif berinteraksi dengan pelanggan di media sosial, serta menggunakan fitur iklan online dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan secara signifikan.
2. Memanfaatkan aplikasi pengelolaan keuangan digital yang sudah diperkenalkan dalam pelatihan. Dengan pencatatan keuangan yang baik dan rapi, mereka dapat lebih mudah memantau arus kas, mengelola pengeluaran, dan membuat keputusan bisnis yang lebih tepat berdasarkan data keuangan yang akurat.
3. Mencari informasi terkini mengenai tren pemasaran digital, teknik fotografi produk, serta teknologi baru dalam pengelolaan bisnis akan membantu tetap kompetitif dan terus berkembang hal ini dapat dilakukan dengan mengikuti pelatihan tambahan atau bergabung dengan komunitas UMKM untuk mendapatkan informasi baru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Universitas Jambi yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini melalui melalui Dana DIPA-Universitas Jambi melalui skema PPM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun Anggaran 2024. Serta para *mumpreneur* di pasar paduka Candi Muaro Jambi yang telah berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini serta Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Muaro Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayan, S. M., Setyowati, M. T. S., Wicaksono, R. L., & Rahmadwiati, R. (2021). Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pangan. Psp-Kumkm Lppm Uns.
- Hunafa, A., & Latifah, E. (2023). Perspektif Ekonomi Islam Atas Manajemen Operasional Mumpreneur (Studi Kasus Di Pawon Eco Lamongan). *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 136–154.
- Isma, A., Marhawati, M., Abu, I., Nurjanna, R. A., & Alisyahbana, A. N. Q. A. (2023). Mumpreneurs: Pemberdayaan Ibu Pkk Melalui Inovasi Ikan Bandeng Menjadi Abon Siap Jual. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 820–826.
- Kominfo. (2023). Pemerintah Dorong Perempuan Pelaku UMKM Kembangkan Bisnis. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/47720/pemerintah-dorong-perempuan-pelaku-umkm-kembangkan-bisnis/0/berita>
- Utama, I. D. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(1), 1–10.