

BIMBINGAN TEKNIS APLIKASI RT RW NET UPAYA Mendukung UMKM DIWILAYAH RW01 JAGAKARSA, JAKARTA SELATAN

Syamsu Hidayat^{1*}, Hafizah Rifiyanti², Silvana Syah³, Ari Kurniawan⁴, Rino Subekti⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi S1 Teknik Informatika, Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957

Article history

Received : 17 Oktober 2022

Revised : 28 Oktober 2022

Accepted : 6 November 2022

*Corresponding author

Syamsu Hidayat

Email : syamsuhi3009@gmail.com

Abstrak

Layanan *internet* kini sudah menjadi kebutuhan yang utama dalam menunjang setiap kegiatan bermasyarakat tidak terkecuali dalam dunia pemasaran, dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna internet setiap tahunnya menciptakan peluang untuk dapat memasarkan hasil produk dengan lebih baik, cepat dan murah. Para pelaku usaha Mikro Kecil dan Menengah membutuhkan pendampingan untuk meningkatkan *branding* dalam memasarkan produknya terutama penjualan dengan pemanfaatan *platform marketplace*, yang jangkauannya lebih luas dan murah. Salah satu bentuk dukungan untuk mereka adalah berasal dari akademisi yang berada dalam satu lingkungan sekitar ini merupakan hal penting dalam menanamkan akumulasi pengetahuan ke dalam ranah pengoperasian usaha baik produk maupun pemasaran. Metode yang digunakan dalam bimbingan teknis ini adalah persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi serta membuat pelaporan. Tujuan dari kegiatan ini adalah terciptanya sebuah *platform* berbentuk *website* bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di lingkungan RW 01 Kelurahan Jagakarsa, terciptanya laporan kemajuan, laporan akhir serta artikel pengabdian masyarakat yang dapat bermanfaat bagi khalayak banyak. Keberadaan UMKM di wilayah sekitar kampus Insitut Bisnis dan Informatika 1957 menjadi sebuah jalinan yang sangat baik dan harus dilanjutkan untuk menjadi rencana ke depan di setiap kegiatan ini. Dampak dari kegiatan ini adalah para warga dapat menggunakan layanan internet dengan bijaksana dan lebih bermanfaat, bertambahnya wawasan untuk melakukan strategi promosi ataupun pemasaran melalui *platform-platform* yang ada di media sosial. Melalui diskusi dan *feedback* yang diberikan oleh para peserta adalah pelaksanaan kegiatan seperti ini bisa ditingkatkan dengan memberikan pelatihan-pelatihan yang lebih intensif terutama dalam pemanfaatan teknologi

Kata Kunci: UMKM; *Internet*; *Marketplace*; *Digital Marketing*

Abstract

Internet services have become a critical need today to support every social activity, including marketing because the increasing number of internet users every year creates opportunities for sellers and products. Micro, small and medium enterprises need support to improve branding when marketing their products, especially when selling them, using a marketplace platform that offers superior and more cost-effective services. One form of support for them comes from academics in the same environment. It is crucial to bring accumulated knowledge to the field of business, both production and marketing. The methods used in this technical manual are preparation, implementation, monitoring, evaluation, and reporting. This activity aims to create a Website Platform in the form of Micro, Small, and Medium Enterprises in RW 01 Jagakarsa Village, to make progress reports, final reports, and articles about the community. The existence of MSMEs around the Institute of Economics and Informatics campus since 1957 is a perfect relationship. It must be continued as a plan in each of these activities. The effect of this activity is that citizens can use internet services more meaningfully and meaningfully, as well as broaden their horizons to carry out advertising or marketing strategies through social media platforms. Through discussion and feedback from the participants, the implementation of these activities can be improved by providing more intensive training, especially in the use of technology.

Keywords: UMKM; *Internet*; *Marketplace*; *Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Salah satu perkembangan teknologi yang tidak bisa dihindari adalah penggunaan internet yang sudah merambah setiap bidang. Internet menjadi sarana penting yang menunjang setiap kegiatan manusia saat ini. Informasi apapun dapat diperoleh dengan mengakses sumber dan domain apapun yang diinginkan. Internet memainkan peran penting dalam membangun bisnis baru, perusahaan yang sudah mapan dan perluasan usaha kecil, ataupun menengah. Ini realita bahwa Internet sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam perkembangannya, internet juga memainkan peran penting dalam hal pemasaran merek atau produk apa pun. Internet membantu bisnis untuk menjangkau berbagai khalayak dari seluruh dunia. Atas hal tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komputer, Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957. Lingkungan masyarakat yang tidak jauh dari lokasi kampus yaitu salah satu RW di wilayah Jagakarsa, Jakarta Selatan yaitu RW 01 terdapat beberapa pelaku usaha rumahan yang pemasaran serta promosinya dijalankan dengan cara konvensional atau tradisional. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, bimbingan teknis terhadap penggunaan internet yang diberi nama RT RW net diberikan kepada masyarakat di lingkungan RW 01. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan keahlian para pelaku usaha dalam bidang teknologi yang terus berkembang dan dinamis dan hal ini dapat berdampak kepada peningkatan pendapatan para pelaku usaha rumahan yang bermodal sangat terbatas.

Jaringan internet berperan dalam pembentukan era baru dalam dua pemasaran, dan dengan jumlah pengguna internet setiap tahunnya terus meningkat maka hal ini dapat dijadikan sebagai media untuk mempromosikan produk yang dihasilkan sehingga produk yang dihasilkan menjadi lebih mudah dikenal banyak orang, dan juga menyebabkan terbentuknya era baru dalam dunia pemasaran, semakin banyaknya pesaing sehingga pengusaha harus menciptakan produknya mudah diketahui oleh konsumennya (Soegoto & Rahmansyah, 2018). Transformasi digital di bidang ekonomi khususnya perdagangan bukanlah suatu pilihan melainkan suatu keharusan, mengingat tuntutan zaman dan teknologi, pemerintah sebagai pengelola aset dan pelindung perekonomian rakyat harus segera mengambil langkah untuk mentransformasikan pasar tradisional secara online, bahkan meskipun tidak sepenuhnya. Dengan segala kelemahan dan kelebihan pasar online, memberikan harapan agar efisiensi dan efektifitas perdagangan rakyat lebih mudah dan murah untuk menghindari *High Cost Economy* (Purwanto et al., 2021). Dalam perkembangannya penggunaan internet di sektor usaha menengah dan kecil menjadi salah satu solusi dan strategi yang diadopsi oleh para pelaku bisnis UMKM ini, dengan penggunaan teknologi internet yang paling umum adalah *smartphone*. Dan ini menjadi tantangan baru dalam bidang *e-commerce* di lingkungan UMKM, hal ini pun berdampak kepada model layanan dan juga perilaku konsumen.

Usaha rumahan atau *Home industry* merupakan jenis wirausaha yang masih dalam lingkup kecil. Pengusaha ini lebih mudah dilakukan untuk pengusaha yang memiliki modal awal minimal. Produk yang dapat dibuat untuk *home industry* berbagai jenis, antara lain keripik bawang, keripik bengkung, kue bolu, donat, coklat, hijab, brosh dan lain sebagainya. Namun Industri rumah tangga mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat, dapat berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan pendapatan keluarga, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Blongkod & Rasjid, 2021).

Pelaksanaan kegiatan perekonomian bagi pelaku usaha UMKM (Usaha Kecil, Mikro dan Menengah) membutuhkan pendampingan dalam hal meningkatkan *branding* dan pemasaran produknya terutama dalam memanfaatkan penjualan pada platform *marketplace* yang memiliki jangkauan target pasar yang cukup luas. Pemasaran secara *online* sekarang semakin banyak, selain mudah digunakan oleh para pebisnis, juga gratis untuk digunakan oleh siapa saja. Para pebisnis *e-commerce* berlomba-lomba membuat aplikasi *e-commerce* semenarik mungkin untuk menarik pelanggan agar membeli produk yang ditawarkan (Nugroho & Eliyani, 2021). Beberapa permasalahan yang muncul dalam pengelolaan usaha UMKM diantaranya adalah permasalahan kurangnya tingkat profesionalisme tenaga pengolah usaha, keterbatasan modal dan akses

terhadap pasar juga perbankan, serta kemampuan penguasaan dan pemanfaatan teknologi sebagai media sarana promosi serta memasarkan produk.

Usaha Kecil, Mikro dan Menengah merupakan usaha mikro yang memiliki peran yang cukup penting dan tidak dapat diabaikan dalam upaya pemulihan kondisi perekonomian di Indonesia. Dengan adanya Covid-19 yang melanda Indonesia bahkan dunia berdampak pada perekonomian masyarakat yang menurun. Oleh karena itu, persaingan dalam bisnis semakin ketat, terutama bagi UMKM. Dalam bisnis, persaingan adalah hal yang lumrah (Rusdana et al., 2022). COVID-19 telah berubah menjadi krisis ekonomi global, membahayakan kesehatan, pekerjaan dan pendapatan jutaan orang di seluruh dunia. Langkah-langkah pencegahan telah banyak dilakukan oleh banyak negara pada paruh pertama tahun 2020 untuk meratakan peningkatan penularan menempatkan rem substansial pada sebagian besar ekonomi dan kegiatan sosial. Dan ini juga jelas berdampak signifikan pada laju perekonomian di setiap negara (OECD, 2020). Atas hal tersebut maka hal yang harus dihadapi sebagai sebuah tantangan dalam usaha yang terjadi saat ini adalah persaingan di dunia online, dimana bertebaran begitu banyak platform penunjang dalam bisnis usaha ini, namun tantangan tersebut harus dijadikan peluang untuk terus maju dan menjadi yang terdepan dalam menjalankan roda bisnis ini. Kemajuan dalam teknologi digital telah memungkinkan untuk biaya efektif dan adopsi Pemasaran Digital tanpa kerumitan. Namun, jumlah UMKM yang telah mengadopsi Pemasaran Digital masih perlu dibina dan diarahkan secara efektif dan efisien.

Untuk menciptakan peluang dari situasi *pandemi* yang menimbulkan beberapa krisis bagi para pelaku usaha terutama usaha kecil dan menengah, perlu dicari solusi dan penanganan secara serius untuk keluar dari krisis ini. Beberapa elemen harus menunjang para UMKM Investasikan program yang mengejar untuk memulai kembali industri mereka agar lebih terlihat, terlibat dan memiliki kapasitas. Program pelatihan yang mendukung kemitraan publik swasta yang harus menghasilkan perlindungan efek bersamaan dengan mempromosikan barang-barang asli. Yang sangat berpengaruh dan diperlukan oleh khalayak, karena itu kunci dukungan itu salah satunya adalah dari pihak akademisi yang berada di lingkungan sekitar (Antonescu, 2020). Salah satu bentuk dukungan yang sangat membantu pelaku UMKM adalah *support* dari kampus yang ada disekitarnya. Selain dapat mempererat hubungan sosial antara kampus dan lingkungan, dengan akses seperti ini dapat mempermudah kegiatan-kegiatan pelatihan ataupun bimbingan teknis.

Kolaborasi universitas dengan lingkungan adalah salah satu cara terpenting untuk menanamkan akumulasi pengetahuan ke dalam ranah pengoperasian usaha baik itu produksi ataupun pemasaran. Kolaborasi timbal balik universitas dan lingkungan ini adalah proses multidisiplin khusus menggunakan pengetahuan dasar dan teori yang diperoleh dari perguruan tinggi untuk kepentingan pelaku industri. Hal ini tidak hanya faktor komersial, tetapi juga praktik rutin yang diperlukan untuk inovasi dan pembangunan ekonomi (Demirel & Bayer, 2015). Bukti nyata menerapkan langung disiplin ilmu kepada lingkungan sekitar dalam upaya meningkatkan keterampilan dan kinerja para pelaku UMKM di lingkungan sekitar kampus.

Sebagai upaya membantu peningkatan promosi juga pemasaran produk UMKM, sebuah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan oleh dosen-dosen dari Fakultas Ilmu Komputer, Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 berupa Bimbingan Teknis Implementasi RT RW Net sebagai upaya pendukung kegiatan UMKM warga yang dilakukan di wilayah RW 01 Jagakarsa, Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Kegiatan ini didasari atas kurangnya tingkat profesionalisme tenaga pengolah UMKM terutama dalam hal kemampuan penguasaan teknologi berbasis online dalam melakukan *branding*, pemasaran produk dan pembuatan media penjualan berupa *website*. RT RW net adalah sebuah kegiatan pembuatan layanan internet murah berbasis masyarakat yang diolah dan digunakan oleh masyarakat. Pelaku UMKM yang mengembangkan usaha dengan sebagian besar memanfaatkan bahan dasar lokal, produk dalam negeri cukup banyak di wilayah RW 01 Jagakarsa ini, namun pelatihan dan bimbingan teknologi dalam upaya promosi dan pemasaran kurang dilakukan di tempat ini. Atas dasar ini, dosen-dosen beserta mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komputer mengupayakan sebuah kegiatan yang menunjang tujuan tersebut. Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa elemen pemasaran digital merupakan bagian integral proses ekonomi, ini adalah elemen penentu

kebutuhan pemasaran bagi UMKM dan menjadi penting untuk dilibatkan dalam proses pemasaran bisnis (Kovalenko & Kuzmenko, 2020). Sebuah penelitian juga mengungkapkan keterkaitan perguruan tinggi dapat berperan sangat penting dalam pengenalan platform-platform *marketplace* yang berbasis internet dimana melalui adopsi pemasaran secara digital memiliki efek positif pada kinerja UMKM. UMKM harus mencari bantuan dari berbagai pemangku kepentingan eksternal dalam menerapkan *Digital Marketing*. Salah satu sumber pendampingnya adalah Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) di setiap universitas atau perguruan tinggi (Andika et al., 2021).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa bimbingan teknis implementasi RT RW net ini dilakukan di balai pertemuan RW 01 Jagakarsa, Jakarta Selatan pada tanggal 2 Oktober 2022, dilaksanakan oleh 5 dosen dan 4 mahasiswa dari FASILKOM dengan peserta dari lingkungan RW 01 sebanyak 21 orang. Metode pelaksanaan dilakukan dalam beberapa tahap, diantaranya adalah:

1. Persiapan pelaksanaan pengabdian masyarakat yang berupa:
 - a. Pengumpulan data pelaku usaha kecil dan menengah di wilayah RW 01 Jagakarsa. Hal ini berkaitan dengan bimbingan teknologi yang paling dibutuhkan dan akan diberikan di wilayah tersebut.
 - b. Penyusunan program pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat serta strategi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, dimana sesuai dengan hasil pengumpulan data dari para pelaku usaha kecil dan menengah di wilayah RW 01 Jagakarsa adalah bimbingan teknis pembuatan logo, cara *branding* produk serta pembuatan *website* bagi pemasaran produk-produk yang dipasarkan oleh para pelaku UMKM.
2. Pelaksanaan
 - a. Bimbingan teknis pemanfaatan RT RW Net
 - b. Pendampingan dan pelatihan dari hasil bimbingan teknis pemanfaatan RT RW Net.
3. Monitoring dan Evaluasi
 - a. Kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala yaitu 2 (dua) minggu sekali dengan prediksi waktu yang dapat dicapai untuk menghasilkan tujuan yang diinginkan adalah selama 2 (dua) bulan.
 - b. Evaluasi dilakukan sebagai indikator pencapaian hasil dari bimbingan teknis RT RW Net terhadap pemasaran dan penjualan produk lokal dari pelaku UMKM di wilayah RW 01.
4. Pelaporan
Laporan hasil kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada saat semua rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat telah selesai dilaksanakan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini sifatnya praktikal, yaitu berupa bimbingan teknis implementasi RT RW net sebagai penunjang usaha UMKM di wilayah RW 01 Jagakarsa. Adapun luaran yang ingin dicapai dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Terciptanya sebuah platform berbentuk *website* bagi pelaku UMKM di lingkungan RW 01 Jagakarsa
2. Terciptanya laporan kemajuan, laporan akhir serta artikel pengabdian masyarakat yang dapat bermanfaat bagi khalayak banyak.

HASIL PEMBAHASAN

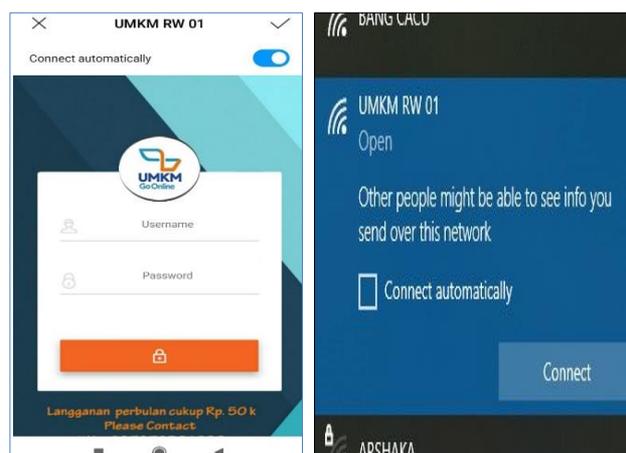
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan sambutan hangat pengurus RW setempat yang sangat mengapresiasi dan mendukung sekali pelaksanaan kegiatan ini (Gambar 1). Beliau mengharapkan dari hasil pemasangan RT RW net para pelaku UMKM di lingkungan R1 01 dapat lebih berkembang dalam memproduksi, mengembangkan produk, memasarkan terutama cara membuat logo dan *branding* produk, bahkan berharap ada kegiatan berkelanjutan dalam hal pengetahuan untuk izin produk dan pengembangannya. Kegiatan seperti ini sangat diharapkan hadir di lingkungan RT maupun RW di lingkungan masyarakat. Interaksi berkelanjutan diharapkan dapat terus terjalin antara dosen ataupun

mahasiswa Insitut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, selain letaknya sangat dekat, kebutuhan akan pelatihan-pelatihan seperti ini terhadap lingkungan sekitar sangatlah penting untuk terus menjalin keeratan antara lingkungan dan perguruan tinggi. Kegiatan selanjutnya adalah pemaparan materi tentang RT RW Net oleh bapak Syamsu Hidayat M. Kom selaku pemateri dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.



Gambar 1. Sambutan Pengurus RW 01 Jagakarsa (a) Pemaparan materi oleh Bapak Syamsu Hidayat (b) materi pengabdian tentang RT RW Net (c) para peserta menyimak sesi bimbingan (d)

Dalam pemaparannya yang ditunjukkan pada gambar 1(b), (c) dan (d), pemateri menyampaikan tentang manfaat pemasangan RT RW net di lingkungan RW 01 Jagakarsa. RT RW net adalah kegiatan pembuatan layanan internet murah berbasis masyarakat yang diolah dan digunakan oleh masyarakat. Hasil pemasangan RT RW net ini sudah dimanfaatkan secara langsung oleh para pelaku UMKM di lingkungan RW 01 Jagakarsa. Para peserta dari lingkungan RW 01 sudah banyak yang menggeluti usaha industri rumahan dan masih menggunakan cara pemasaran yang konvensional.



Gambar 2. Layanan RT RW net sudah terpasang di lingkungan RW 01 Jagakarsa

Melalui pelayanan pemasangan internet tersebut diharapkan roda pelaksanaan kegiatan UMKM dapat lebih giat dan menjadi lebih mudah dilakukan. Berkat pemasangan layanan internet ini, respon dan antusias warga yang ingin memanfaatkan fasilitas internet ini sangat besar. Hasil dari implementasi pemasangan RT RW net ini, muncul kegiatan selanjutnya adalah cara membuat logo, cara memasarkan produk secara online. Pemateri menerangkan bahwa menerapkan rencana pemasaran secara digital dan seluler untuk bisnis tidak tampak rumit, tetapi Pemateri juga menggambarkan bahwa lingkungan pasar yang berubah dan bagaimana usaha kecil lainnya di industri yang berbeda menggunakan strategi digital dan seluler untuk menjaga bisnis mereka tetap pada jalurnya dan tetap mendapatkan keuntungan. Untuk ukuran UMKM kabar baiknya adalah karena ukurannya yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar, mereka lebih gesit dan dapat

lebih cepat beradaptasi dan mengalihkan fokus mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mereka. Dengan munculnya konektivitas layanan internet, mereka sekarang mungkin juga dapat bersaing dengan perusahaan besar.

Selanjutnya adalah pemateri memasuki sesi bimbingan teknis dari implementasi RT RW net yang sudah terpasang di lingkungan RW 01. Bimbingan Teknis yang dilakukan adalah berupa:

1. Pengenalan cara membuat logo produk dengan menggunakan aplikasi yang mudah, yaitu canva. Dalam segmen ini, pemateri memperkenalkan cara membuat logo dengan canva yang dapat digunakan lewat *handphone* ataupun dengan laptop. Salah satu peserta yang sudah mendapatkan bimbingan membuat logo adalah produk dari seorang ibu salah seorang penggerak usaha rumahan yang sudah mendapatkan bimbingan pembuatan logo untuk produk olahannya. Mendesain logo adalah salah satu langkah terpenting dalam mengembangkan sebuah merek. Logo dapat dikatakan sebagai salah satu aset bisnis yang paling terlihat. Produk akan terlihat di situs web, media sosial, kartu nama, kemasan produk dan di mana pun pelanggan mencari produk melalui logo. Pengenalan canva sebagai bagian dari bimbingan di kegiatan pengabdian masyarakat ini dikarenakan cara yang mudah diikuti oleh kalangan manapun.



Gambar 3 Contoh produk UMKM RW 01 Kelurahan Jagakarsa

2. Pengenalan media sosial sebagai sarana memasarkan produk andalan. Sesi yang tidak kalah menarik dan banyak mendapatkan respon dari peserta adalah tentang pengenalan media sosial sebagai sarana memasarkan produk andalan. Beberapa peserta yang juga sudah menggunakan pemasaran produk melalui media sosial seperti Instagram, facebook, dan juga tiktok.



Gambar 4. Pemaparan materi platform oleh ibu Silvana

Salah satu pemateri Ibu Silvana memaparkan tentang platform–platform yang dapat digunakan sebagai sarana media pemasaran produk para pelaku usaha rumahan (Gambar 4). Platform yang sudah sangat dikenal dikalangan masyarakat dengan biaya yang sangat murah. Pemateri memberikan tips agar pemasaran produk lewat media sosial menarik pembeli, diantaranya: (a) Memutuskan platform mana yang tepat untuk memasarkan produk kita; (b) Mengenali dan memperluas audiens kita; (c) Membangun relasi; (d) Memperhatikan tren yang sedang berkembang; (e) Fokus pada kualitas; (f) Selalu melacak dan memperbaiki kinerja pemasaran di media sosial

Pemaparan yang sangat sederhana terjalin dengan akrab dan menghasilkan respon–respon yang baik dari para peserta. Dalam pemaparannya, pemateri juga mengingatkan bahwa semua strategi tersebut harus dilakukan dengan perencanaan yang baik karena sebelum melangkah lebih dulu, pemateri Kembali mengingatkan bahwa setiap strategi bisnis yang baik dimulai dengan rencana yang baik. Acara kegiatan pengabdian masyarakat ini diakhiri dengan acara photo bersama dari peserta bimbingan teknis dan para dosen, mahasiswa dari kampus Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957.



Gambar 5. Photo Bersama para peserta dan pemateri dalam Bimbingan Teknis Implementasi RT RW Net di lingkungan RW 01 Jagakarsa, Jakarta Selatan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat (abdimas) yang mempunyai sasaran para pelaku usaha rumahan sangat membantu dan mendorong mereka untuk dapat memanfaatkan peluang serta teknologi yang sudah ada. Pada pelaksanaan abdimas ini sangat memiliki dampak pada strategi pemasaran yang dilakukan oleh beberap pelaku usaha rumahan di lingkungan RW 01 apalagi dengan diadakannya pemasangan layanan internet yang sangat terjangkau. Keberadaan UMKM di wilayah sekitar kampus Insitut Bisnis dan Informatika 1957 menjadi sebuah jalinan yang sangat baik dan harus dilanjutkan untuk menjadi rencana ke depan di setiap kegiatan ini. Dampak dari kegiatan ini adalah para warga dapat menggunakan layanan internet dengan bijaksana dan lebih bermanfaat, bertambahnya wawasan untuk melakukan strategi promosi ataupun pemasaran melalui platform – platform yang ada di media sosial. Melalui diskusi dan *feedback* yang diberikan oleh para peserta adalah pelaksanaan kegiatan seperti ini bisa ditingkatkan dengan memberikan pelatihan – pelatihan yang lebih intensif terutama dalam pemanfaatan teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih para penulis kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 yang telah mendanai terlaksananya kegiatan ini dan juga ucapan terimakasih dihaturkan kepada Pengurus dan segenap warga RW 01 Jagakarsa yang telah memfasilitasi acara kegiatan pengabdian masyarakat ini.

PUSTAKA

- Andika, A., Jennifer, J., Huang, J. C., & Sebastian, J. C. (2021). Analysis of Digital Marketing Adoption in Indonesian Micro, Small, and Medium Enterprises. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(3), 308–328. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i3.3173>
- Antonescu, D. (2020). Supporting Small and Medium Size Enterprises Through the Covid-19 Crisis in Romania. *Central European Journal of Geography and Sustainable Development*, 2(1), 38–57. <https://doi.org/10.47246/cejgsd.2020.2.1.4>
- Blongkod, H., & Rasjid, H. (2021). *Effectiveness of Home Industry Activities in Building the Economy of the Community in Indonesia*. 139–147.
- Demirel, E., & Bayer, D. (2015). Establishment of Cooperation and Collaboration Platforms Between Universities and Industry To Improve Education Quality. *The Online Journal of Quality in Higher Education-July*, 2(July 2015).
- Kovalenko, A., & Kuzmenko, Y. (2020). Online Marketing Impact on Micro-Enterprises: An Insight through Visibility in Search Engines. *Management and Marketing*, 15(1), 38–58. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0003>
- Nugroho, A., & Eliyani. (2021). Framework to Sell Item in Online Marketplace in Indonesia. *International Journal of Open Information Technologies*, 9(1), 7.
- OECD. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on jobs and incomes in G20 economies. *ILO-OECD Paper Prepared at the Request of G20 Leaders Saudi Arabia's G20 Presidency 2020*, 46.
- Purwanto, H., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2021). Traditional Market Transformation Into Digital Market (Indonesian Traditional Market Research Library). *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 1980–1988. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i6.384>
- Rusdana, N. R., Choirani, S. J., & Friska, A. S. (2022). Digital Marketing Communication Strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Business Competition. *International Journal of Research and Applied Technology*, 2(1), 163–168.
- Soegoto, E. S., & Rahmansyah, M. R. (2018). Use of internet as product marketing media using internet marketing method. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 407(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/407/1/012053>

Format Sitasi: Hidayat, S., Rifiyanti, H., Syah, S., Kurniawan, A. & Subekti, R. (2023). Bimbingan Teknis Aplikasi RT RW Net Upaya Mendukung UMKM di wilayah RW01 Jagakarsa, Jakarta Selatan. *Reswara. J. Pengabdi. Kpd. Masy.* 4(1): 245-252. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2380>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))