

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL SEBAGAI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI MASA PANDEMI COVID-19

Suryadi Ali Wahyudi¹, Wiwit Alawiyah², Muhammad Rafi Bimo Nugraha³, Sugiatmi^{4,*}

¹Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

²Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

³Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Jakarta Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

⁴Sarjana Gizi, Fakultas Kedokteran dan Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Jakarta Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

*Email : sugiatmi@umj.ac.id

ABSTRAK

Covid-19 berdampak di berbagai sektor salah satunya bisnis kuliner UMKM, Khususnya bidang kuliner paling berdampak terhadap pandemic *Covid-19*. Teknologi Digital dapat dimanfaatkan untuk membantu memberdayakan UMKM. Origummy sebagai mitra merupakan UMKM bidang kuliner yang menghadapi masalah terkait turunnya Pendapatan, sehingga membutuhkan Bantuan untuk mempromosikannya. Kelompok 76A KKN UMJ membuat program pemanfaatan Sosial Media dan Teknologi Informasi untuk membantu Promosi sehingga UMKM Origummy dapat berdaya kembali. Metode penyusunan program dimulai dengan identifikasi masalah mitra, kemudian menyusun program dan mengevaluasi program. Program dilaksanakan dengan mendaftarkan UMKM Origummy ke Platform Digital. Bantuan promosi juga dilakukan dengan memasang Banner di Outlet, memberi Edukasi kepada pelanggan. Hasil program menunjukkan peningkatan Jumlah pembeli, banyaknya pengunjung di media sosial, terdaftar di Platform Gofood, Grabfood dan Shopee food.

Kata kunci: Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM), Bisnis Kuliner, Ekonomi, Platform Digital.

ABSTRACT

Covid-19 has various sectors, one of which is the MSME culinary business, the culinary field closest to the *Covid-19* pandemic. Digital technology can be used to help empower MSMEs. Origami as a partner is an MSME in the culinary field that faces problems related to income, so they need help to visit them. The 76A KKN UMJ group made a program to use Social Media and Information Technology for Promotion so that Origummy MSMEs could be empowered again. The programming method starts with the problem of partners, then develops programs and programs. The program is implemented by registering Origummy SMEs to the Digital Platform. Promotion is also carried out by installing Banners at Outlets, providing education to customers. The program results show an increase in the number of buyers, the number of visitors on social media, which are recorded on the Gofood, Grabfood and Shopee food platforms.

Keywords: Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Culinary Business, Economics, Digital Platform.

1. PENDAHULUAN

Kasus Penyebaran *Corona Virus Disease (Covid-19)* menurut data, masih terus bertambah dari hari ke harinya. Pandemi ini mempunyai pengaruh yang sangat signifikan di berbagai tatanan kehidupan manusia saat ini. Memakai Masker dan Jaga Jarak dijadikan slogan sebagai peringatan bersama bahwa wabah ini mempunyai perkembangan penyebaran yang sangat *Massive*. Slogan kembali ke rumah atau “*stay at home*” merupakan cara yang cukup ampuh untuk menekan penyebaran wabah ini.

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) mempunyai dampak yang cukup baik dalam waktu relatif lama berdampak positif di Sektor kesehatan, penurunan penyebaran mulai dirasakan, namun hal ini berbanding terbalik pada Sektor Ekonomi. Sejumlah besar tenaga kerja harus kehilangan pekerjaan, pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tak lagi menutupi target penjualan, penutupan UMKM sebagai dampak tak langsung dari Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan *stay at home* membuat UMK terpuruk karena tidak dapat melakukan usaha dan modal terpakai untuk kebutuhan pokok sehari-hari.

Dengan Masalah demikian, tentunya sangat berpengaruh pada berbagai sektor kehidupan masyarakat, mulai dunia pendidikan, jasa dan non jasa besar maupun kecil, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.

Salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didasarkan fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan.



Gambar 1. Video Promosi yang di Upload di Youtube.



Gambar 2. Wawancara Bersama Kepala Mitra.



Gambar 3. Membagikan Masker dan Disinfektan sekaligus Mendukung Pembeli.

2. METODE

Pandemi telah mengubah banyak hal, termasuk cara berbisnis. Agar bisa bertahan, bisnis pun perlu beradaptasi dan mengubah strategi. Mau tau strategi penjualan di masa pandemi yang efektif? Berikut beberapa tips yang bisa Anda praktekan.

Penyebaran *Covid-19* yang cepat memang merubah interaksi antara bisnis dan pelanggan.

Banyak bisnis mulai merasa penurunan penjualan yang drastis atau bahkan tidak

memiliki pelanggan sama sekali karena pelanggan sudah mulai beraktivitas di rumah mereka masing-masing.

Namun, keberlanjutan bisnis harus tetap dilakukan agar bisnis dapat dipertahankan.

Mempertahankan bisnis yang berarti juga memperjuangkan penjualan selama wabah Virus Corona memang tidak mudah. Ada beberapa metode yang harus dilakukan di masa pandemi ini.

1) Pemasaran secara online diberbagai media sosial, karna sebelumnya Origummy tidak mempunyai media sosial yang dijadikan wadah promosi di berbagai media sosial, maka kami berinisiatif membuat akun yang nantinya akan dicantumkan di Spanduk dengan tujuan supaya mudah di ketahui orang-orang terdekat maupun yang jauh.

Dalam Kegiatan Promosi dari poster-poster dan video yang sudah di buat maka selanjutnya di upload di berbagai Platform Media Sosial yang sudah kita buat untuk bisa mempromosikan lewat media supaya gampang di lihat oleh orang-orang sekitar. Pemasaran di media sosial untuk sementara di hendel oleh kita sendiri untuk mencoba mencari sasaran pelanggan di sekitar Origummy.

2) Menambah Spanduk promosi di depan outlet Origummy untuk memudahkan orang-orang yang lewat di depan outlet agar tertarik dengan gambar yang kami buat.

Dalam pembuatan benner tersebut kita ada dua benner yang tidaruh dengan origumi, satunya di taruh di depan outlet paling depan atas, dan satunya di samping kanan outlet supaya orang yang lewat dari barat gampang melihat dan tertarik untuk mengunjungi dan membeli produk dari Origummy tersebut.

3) Membantu mendaftarkan sebagai mitra mercan Gofood, Grabfood, Shope food, Dalam mendaftarkan mitra kita sebagai mitra mercan Gofood, Grab food, Shope food, kami mendaftarkan bisnis Origumi sebagai mitra mercan dari Gofood, Grab food, Shope food.

Kelompok kami yang mendaftarkan Origummy dan kami siapkan dari keperluan yang dibutuhkan dalam pendaftaran tersebut mulai dari Email, pembuatan akun dll. Dan untuk sementara dalam jam kerja kita semuanya kelompok kita yang oprasiin.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Sasaran

Serpong Utara adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Tangerang selatan, Provinsi Banten, Indonesia. Kecamatan Serpong Utara awalnya tergabung menjadi serpong saat masih menjadi Kabupaten Tangerang, sebelum Kota Tangerang Selatan menjadi kota otonom.

Di kecamatan ini terletak Kota terencana ternama yang bernama Alam Sutera atau sering kali disingkat dengan "AlSut" yang merupakan salah satu perintis perumahan di Serpong Utara. Selain Alam Sutera saat ini perkembangan perumahan di kawasan ini sangat pesat seiring dioperasikannya jalan Tol Bandara – BSD – Cinere. Diantaranya adalah Villa Melati Mas, Graha Raya, Royal Serpong Village, Melati Mas Regency dan Bukit Serpong Mas.

Dengan Batas Wilayah yang telah di tentukan sampai dengan saat ini, Kecamatan Serpong Utara sudah berkembang sangat pesat, dari mulai Perumahan, Universitas, Pusat Perbelanjaan, Rumah Sakit dan angkutan umum. Pengaruh terhadap sektor Ekonomi juga menjadikan Jumlah Uang Beredar di Kecamatan ini sangat tinggi.

Inti Kegiatan dan output

Adapun Program kerja atau kegiatan yang pernah dilaksanakan di lokasi. Dari pemberdayaan UMKM di masa pandemi dapat memanfaatkan data informasi berikut sebagai salah satu bahan perumusan program kegiatan agar terjadi keberlanjutan dengan program-program yang sebelumnya pernah dilaksanakan.

- 1) Pemasaran secara online diberbagai media sosial, memudahkan pelanggan mengakses mengenai penyediaan produk yang tersedia di Origummy, dalam postingan di media sosial sudah mencapai kurang lebih 250 penonton dalam jangka waktu 13 hari.
- 2) Menambah spanduk promosi di depan outlet, Menarik pelanggan yang lewat di depan outlet mitra, minimal orang yang lewat bisa melihat dengan jelas Informasi mengenai outlet Origummy dan Produk selama satu minggu setelah meletakkan Spanduk, ada peningkatan pembeli.
- 3) Membantu mendaftarkan sebagai mitra *Merchant* Gofood, Grabfood, dan Shopefood, Supaya pelanggan bisa order dari rumah secara online dan itu sangat

efektif sekali melihat banyaknya pelanggan yang memesan secara online lewat Gofood, Grabfood, dan Shopeefood.

Evaluasi

Dalam melaksanakan Program terdapat beberapa evaluasi terkait dengan program yang dijalankan, evaluasi kegiatan merupakan kendala yang ada pada saat sebelum dilaksanakannya Program, serta kendala terjadi bersumber dari internal tim maupun dari pihak sasaran evaluasi program diantaranya sebagai Berikut :

1. Kondisi dan situasi kasus pandemi *Covid-19* yang sedang tinggi-tingginya menyebabkan pemerintah menerapkan peraturan *PPKM* yang mengakibatkan terbatasnya aktivitas dan komunikasi fisik dengan Tim dan mitra untuk membahas terkait permasalahan yang timbul.
2. Keterbatasan waktu sehingga keberlanjutan program tidak dapat dilakukan, khususnya pendampingan penjualan dalam masa 7 hari kerja.
3. Terhambatnya Program Kegiatan karna berbarengan dengan Ujian Akhir Semester, dan perbedaan Waktu pelaksanaan Ujian dengan beberapa fakultas dan anggota kelompok berbeda.
4. Tidak bisa mengedukasi banyak pembeli dikarenakan masa *PPKM* yang mengharuskan masyarakat untuk *Stay at home*.

4. KESIMPULAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bersifat khusus, karena dalam KKN darma pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian kepada masyarakat dipadukan kedalamnya dan melibatkan sejumlah mahasiswa dan sejumlah staf pengajar ditambah unsur masyarakat.

Kegiatan KKN berlangsung dari tanggal 01 Juli-31 Juli 2021 di daerah Jl. Raya Pondok Jagung Timur No. 11, Jelupang, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten. program kerja Kelompok 76A memilih bidang Kewirausahaan yaitu “**Pemanfaatan teknologi digital sebagai pemberdayaan**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di masa pandemic *Covid-19*”. Selanjutnya, Video inspirasi dari kepala mitra dan video promosi online yang disebar di media sosial yang memiliki banyak pengguna yaitu instagram agar netizen dunia maya diharapkan tertarik terhadap Produk Mitra kelompok 76A yaitu Origummy. Selain Instagram, kami juga menggunakan Media Youtube untuk melakukank Promosi dan membuat Inspirasi bagi mahasiswa dan anak muda di zaman sekarang.

Dalam kegiatan KKN Online tidak semua program yang telah di laksanakan berjalan secara sempurna. Masih banyak kekurangan dari kelompok 76A baik dari segi rencana pelaksanaan dan rencana yang telah di buat sehingga harus merubah kembali rencana untuk kegiatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Rian Hidayat, *Strategi pembangunan UMKM di masa pandemic covid-19* (Palembang: 2021) h.1-3

<https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-penjualan-yang-efektif-saat-pandemi-covid-19/>

Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang (2018) ‘Kecamatan Solear Dalam Angka 2018’,p.93.Availableat:

<https://tangerangkab.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=NDMyMzYwMDUwM2M4NDNhMWFmMWFkYmly&xzmn=aHR0cHM6Ly90YW5nZXJhbm-drYWUuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzIwMTgvMDkvMjYvNDMyMzYwMDEwM2M4NDNhMWFmMWFkYmlyL2tlY2FtYXRhbi1zb2x1YXItZGFsYW0tYW5na2EtMjAxOC5odG1s&twoadfnorfeauf=MjAyMC0wOC0wNiAwMjoxOT01MQ%3D%3D>.

Nugroho, A. S. A. F. A. *et al.* (2015) ‘Laporan Kelompok Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2014/2015 Kelompok 2041’, 66. Available at: <https://eprints.uny.ac.id/28442/1/laporan-Kelompok-KKN-2041.pdf>.

Septian, R. *et al.* (2018) 'Laporan Akhir Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa program Pengabdian kepada Mahasiswa', (180210150092), pp. 1–29. Available at: <http://www.feb.unpad.ac.id/dokumen/files/LAPORAN-KKN-DESA-CIPACING-edit1.pdf>.

Taufiq Rohman (2019) 'Tinjauan Pustaka'. Available at: <http://digilib.unila.ac.id/705/3/BABII.pdf>.

<http://forumrwtangerangbanten.blogspot.com/2012/12/profil-kecamatan-serpong-utara.html?m=1>

