

Meningkatkan Kualitas UMKM (Indo Dimsum) Melalui IUMK Serta Sosialisasi Manfaat Marketing Online di Era Pandemi Covid-19

N Romdhona**, A Prabowo^{1,*}, RM Kristanti², S Serina^{3,*}

**Dosen Pembimbing Lapangan Kelompok 14 KKN Universitas Muhammadiyah Jakarta

¹Prodi Kesejahteraan Sosial, Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Kota Tangerang Selatan, 15419

²Prodi Administrasi Publik, Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Kota Tangerang Selatan, 15419

³Prodi Pendidikan Agama Islam, Fak. Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Kota Tangerang Selatan, 15419

*aadonisprabowo@gmail.com

ABSTRAK

Legalitas merupakan standarisasi yang harus dimiliki oleh pelaku usaha. Pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) diuntut harus memiliki legalitas tersebut untuk dapat bersaing di era pasar bebas. Tuntutan tersebut yang menjadi masalah karena pelaku usaha tidak sedikit yang mempunyai legalitas usaha. Berbagai macam kendala yang membuat pelaku usaha tidak mempunyai legalitas ini, seperti tidak adanya dana untuk mengurus legalitas, kurangnya pengetahuan dan informasi, dan lain sebagainya. Di sisi lain, saat ini pelaku usaha mengalami permasalahan di sektor pemasaran yang di akibatkan pandemic covid-19 yang menyebabkan penurunan hasil usaha. Tidak sedikit pelaku usaha yang kurang memanfaatkan media social sebagai sarana pemasaran produk untuk mengembangkan usaha. Dilihat dari permasalahan tersebut, tujuan dibuat tulisan ini untuk memaparkan hasil dari pengabdian masyarakat yang telah dilakukan yaitu mengenai pentingnya meningkatkan kualitas UMKM melalui IUMK serta sosialisasi manfaat marketing online di era pandemi covid-19. Wujud nyata untuk merealisasikan upaya tersebut, peserta KKN UMJ mensosialisasikan pentingnya IUMK bagi pelaku usaha, serta mendampingi pembuatan IUMK. Tidak hanya sosialisasi dan pendampingan pembuatan IUMK, peserta KKN UMJ juga membantu mensosialisasikan manfaat marketing online dan pemanfaat berbagai macam social media untuk proses pemasaran produk.

Kata kunci: Legalitas, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Izin usaha mikro kecil, Digital Marketing

ABSTRACT

Legality is a standard that must be owned by business actors. Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are required to have this legality to be able to compete in the free market era. This demand is a problem because many business actors have business legality. Various kinds of obstacles that make business actors do not have this legality, such as the absence of funds to take care of legality, lack of knowledge and information, and so on. On the other hand, business actors are currently experiencing problems in the marketing sector as a result of the COVID-19 pandemic which has caused a decline in business results. Not a few business actors who do not use social media as a means of product marketing to develop their business. Judging from these problems, the purpose of this paper is to describe the results of community service that has been carried out, namely the importance of improving the quality of (MSMEs) through IUMK and socializing the benefits of online marketing in the era of the covid-19 pandemic. As a tangible form of realizing these efforts, UMJ KKN participants socialized the importance of the IUMK for business actors, and assisted in the making of the IUMK. Not only socialization and assistance in making IUMK, KKN UMJ participants also helped to socialize the benefits of online marketing and the use of various kinds of social media for the product marketing process.

Keywords: Legality, Micro, Small and Medium Enterprises, Micro and Small Business Licenses, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

UMKM di tuntut untuk mampu mempertahankan serta meningkatkan standar, desain, dan kualitas produk agar dapat diterima oleh pasar global. Untuk mengembangkan UMKM di Indonesia untuk meningkatkan daya saing di pasar global menurut Tim Peneliti ISEI (2010) yaitu sebagai berikut: (1) Banyaknya bantuan kepada UMKM uang yang tidak tepat sasaran, untuk itu perlu di lakukan koordinasi bantuan kepada UMKM, melakukan pendisiplinan kepada kementerian atau lembaga pemberi bantuan untuk membuat dan melakukan inovasi dalam menyusun skema bantuan, seperti bantuan pelatihan teknis, produksi, pemasaran, keuangan, dan kewirausahaan yang perlu di tingkatkan kuantitas dan kualitasnya. (2) Perlunya insentif untuk difersifikasi produk, pengkayaan, dan hak paten untuk produk UMKM. (3) Mendorong penggunaan teknologi informasi untuk kegiatan usaha UMKM. (4) Pemberian suku bunga khusus dan skema pembiayaan yang lebih baik khususnya untuk UMKM yang menghasilkan produk berprospek tinggi di pasar internasional.

Indo dimsum merupakan UMKM produsen aneka dimsum dan olahan beku di daerah Tangerang Selatan berdiri sejak tanggal 13 Mei 2019, hingga saat ini usia yang didirikan oleh Pak Edi dan saat ini dikembangkan oleh saudari Diah. Indo dimsum pada awalnya merupakan usaha mikro (gerobakan) yang semakin lama semakin berkembang, karna tingginya permintaan pasar. Pada akhir 2019 indo dimsum memutuskan membuka sistem reseller (kemitraan).

Tujuan untuk mengisi segmen UMKM Frozen food yang saat itu masih minim pemain, menghadirkan Aneka Prodak Frozen food yang memiliki kualitas terbaik, Higienis, dengan harga yang terjangkau dimasyarakat, dengan adanya sistem kemitraan Reseller yang akan menciptakan peluang usaha untuk orang lain memulai usaha dan penyerapan tenaga kerja dilingkungan sekitar sehingga dapat meningkatkan perekonomian banyak orang.

Kekurangan yang dimiliki mitra tersebut yaitu masih minimnya legalitas usaha yang dimiliki Padahal menurut Respatiningsih (2011), kepemilikan legalitas usaha yang lengkap menjadi salah satu faktor manajemen UMKM yang baik. Minimnya legalitas usaha

yang dimiliki disebabkan oleh rendahnya kesadaran para pemilik usaha akan legalnya usaha yang mereka miliki. Padahal dengan adanya legalitas usaha, maka status usaha mereka dapat diakui oleh Pemerintah Kota Tangerang Selatan.

Untuk itu di perlukannya izin usaha, dimana izin usaha merupakan suatu bentuk dokumen resmi dari instansi pemerintah yang menyatakan sah atau di perbolehkannya seseorang atau badan untuk melakukan suatu usaha atau kegiatan tertentu (Kusmanto & Warjio, 2019).

Kuliah Kerja Nyata merupakan program pengabdian masyarakat yang diadakan oleh Universitas Muhammadiyah Jakarta sebagai sarana berlatih bagi mahasiswa agar dapat terjun di masyarakat dan berbaur dengan masyarakat sekitar. Program KKN di UMKM Indo dimsum ini bertujuan untuk Untuk meningkatkan UMKM melalui legalitas IUMK, membantu mensosialisasikan produsen dalam memasarkan produk melalui media sosial, pembinaan produsen terhadap legalitas usaha.

Berdasarkan UU NO. 20 Tahun 2008, usaha mikro dan kecil yang dimaksud adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro dan kecil. Menurut pasal 6, yang di kategorikan sebagai usaha mikro adalah pelaku yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50 Juta (Lima puluh juta rupiah) tidak termasuk Tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300 Juta (Tiga ratus juta rupiah). Sedangkan usaha kecil di kategorikan sebagai usaha yang pelakunya memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50 Juta (Lima puluh juta rupiah) hingga paling banyak Rp. 500 Juta (Lima ratus juta rupiah) tidak termasuk Tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300 Juta (Tiga ratus juta rupiah) hingga paling banyak Rp. 2,5 Miliar (Dua miliar lima ratus juta rupiah). Seperti tertera pada tabel berikut ini.

No.	Uraian	Aset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Max 30 Juta	Max 300 Juta
2.	Usaha Kecil	>50 Jt – 500 Jt	>300 Jt – 2,5 M
3.	Usaha Menengah	>500 Jt – 10 M	>2,5 M – 50 M

Sumber: Kuncoro, 2010

Tabel 1. Kriteria UMKM Menurut UU No. 20 Tahun 2008

Dengan adanya Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 tentang perizinan untuk usaha mikro kecil dan menengah, izin untuk UMKM hanya 1 lembar dan dapat diterbitkan dalam 1 hari. Dengan selebar izin yang telah selesai diterbitkan dalam sehari, UMKM dapat memperoleh empat manfaat. Yang pertama adalah legalitas usaha, kedua adalah kemudahan untuk mendapatkan modal karena sudah legal, yang ketiga mendapatkan akses untuk mendapatkan pendampingan usaha dari pemerintah, dan yang keempat adalah kesempatan untuk memperoleh bantuan pemberdayaan dari pemerintah.

Berdasarkan data dari World Bank menyatakan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor pembangunan ekonomi yang menjadi wadah sebagai upaya penciptaan dan pembangunan lapangan pekerjaan. Untuk itu diperlukan dukungan serta peranan dalam pembangunan dan peningkatan kualitas UMKM (Bismala, 2014: 126).

Rosenfeld (2002) berpendapat bahwa pembangunan usaha kecil merupakan penggerak pembangunan nasional. Terlihat dari peranan UMKM yang telah memberikan kontribusi cukup besar terhadap perekonomian, yaitu sebesar 57,56% dari Pendapatan Dalam Bruto (PDB) Nasional, sejumlah Rp1.536.918.900. UMKM ternyata juga mampu membuka lapangan kerja baru bagi 9,6 juta orang, sementara usaha besar hanya mampu membuka lapangan kerja bagi 55.760 orang. Data yang disajikan Ardiana (2010), kontribusi UMKM terhadap ekspor non migas nasional sebesar 19,9%. Peranan UMKM yang cukup besar ini harus didukung oleh suatu

konsep keberlanjutan kewirausahaan yang menunjang potensi pengusaha agar menjadi kekuatan ekonomi di masa mendatang (Hadiyati, 2019: 2).

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan atau menjelaskan permasalahan yang ada dengan memberikan jawaban atas permasalahan yang ditemukan. (Sugiyono, 2006: 11).

Pada penelitian ini realita yang ada dilapangan dijelaskan beberapa fenomena-fenomena yang ada kaitanya dengan penelitian, dengan alasan bahwa data dan informasi yang dikumpulkan dijadikan dasar untuk mendeskripsikan.

Program meningaktakan kaulitas UMKM melalui IUMK dan Sosialisasi dalam memanfaatkan marketing Online di Era Pandemi Covid-19 ini dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih selama tiga minggu, yaitu pada tanggal 9 Juli 2021 s/d 4 Juli 2021 di mitra Indo Dimsum Jl. Oscar IV Rt 02/02 No. 48 Bambu Apus, Pamulang, Kota Tangerang Selatan.

Kegiatan pada minggu pertama yaitu survei lokasi, tanda tangan surat izin dan menjelaskan beberapa program yang ingin kita lakukan. Dan mencari tahu apa yang kurang dari mitra tersebut.

Kegiatan pada minggu kedua yaitu melakukan penjelasan tentang pentingnya IUMK bagi perusahaan, pembuatan NIB, pengambilan data dan berkas untuk pembuatan IUMK.

Kegiatan pada minggu ketiga yaitu mengecek semua berkas dan mengupload berkas dan data ke web. Karena kondisi pandemi Covid-19 ini semua kegiatan dilakukan secara online termasuk dalam hal pengajuan IUMK, pengajuan IUMK ini dilakukan secara online di laman <https://simponie.tangerangselatankota.go.id/panel/login> Kota tangerang Selatan. Dan pengajuan IUMK ini hasilnya akan keluar selama dengan waktu 8 hari kerja. Selain itu diminggu ketiga kita juga melakuakn pembinaan digital , yang mana kita memebri arahan tentang bagaimana memanfaatkan media sosial dengan sebaik-baik mungkin, mulai dari desain pemasaran, promo dll.

Program ini dilakukan oleh mahasiswa program studi Adminitrasi Publik,

Kesejahteraan Masyarakat dan mahasiswa Pendidikan Agama Islam. Pembagian kerja tim yaitu dilakukan saat pra kegiatan, saat kegiatan, dan pasca kegiatan . kegiatan yang dilakukan sebelum turun lapangan yaitu melakukan perizinan dengan mitra, diskusi dengan dosen pembimbing lapangan (DPL), persetujuan program, membuat dan mempersiapkan materi yang akan disampaikan. Pebagian kerja tim saat kegiatan dilakukan yaitu mencatat informasi dan data-data, mengurus semua keperluan IUMK dan mensosialisasikan tentang manfaat digital marketing di masa pandemi covid-19. Kegiatan pasca acara yaitu evaluasi kerja tim yang dilakukan secara bersama-sama.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Legalitas merupakan standarisasi yang harus dimiliki oleh pelaku usaha. Pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di tuntut harus memiliki legalitas tersebut untuk dapat bersaing di era pasar bebas. Tuntutan tersebut yang menjadi masalah karena pelaku usaha tidak sedikit yang mempunyai legalitas usaha. Berbagai macam kendala yang membuat pelaku usaha tidak mempunyai legalitas ini, seperti tidak adanya dana untuk mengurus legalitas, kurangnya pengetahuan dan informasi, dan belum memiliki kesadaran yang tinggi akan legalitas usaha yang dimilikinya.

Maka Fokus kegiatan pengabdian ini adalah mengatasi permasalahan terkait dengan kepemilikan izin usaha pada pelaku UMK. Oleh karena itu kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan memberikan sosialisasi dan pendampingan proses pengajuan izin usaha bagi pelaku UMK dan sosialisasi manfaat marketing online di era pandemi Covid-19.

A. Sosialisasi IUMK

Kegiatan sosialisasi dipilih dengan cara mendatangi setiap pelaku usaha. Hal ini dipilih agar dapat dilakukan komunikasi dua arah, antara pengabdian dengan pelaku UMK. Berdasarkan kegiatan sosialisasi dapat diketahui beberapa permasalahan pelaku UMK, yaitu belum memiliki izin usaha sebagai berikut:

a. Belum mengetahui pentingnya memiliki IUMK

Pada pelaku UMK beranggapan bahwa usaha yang dijalankan adalah usaha rumah tangga, skalanya masih kecil dimana tenaga kerjanya adalah dari lingkungan sekitarnya, sehingga tidak perlu memiliki izin usaha.

Selain itu para pelaku UMK mengakui adanya kekhawatiran jika mengajukan izin usaha maka akan dikenai pajak usaha. Sehingga sosialisasi dilakukan untuk memberikan informasi tentang pentingnya UMK memiliki izin usaha.



Gambar 1. Sosialisasi IUMK

b. Tidak mengetahui manfaat memiliki IUMK

Pelaku UMK ternyata tidak mengetahui keuntungan yang akan diperoleh apabila usahanya memiliki IUMK. Selama ini mereka mengakui tidak pernah memperoleh bantuan dari pemerintah daerah baik berupa pelatihanpelatihan, bantuan permodalan, maupun peralatan. Hal ini tentu beralasan karena program-program pemberdayaan UMK dari pemerintah daerah maupun dari pemerintah pusat, akan ditujukan pada UMK yang sudah masuk dalam daftar UMK binaan, sehingga selama UMK ini tidak mendaftarkan izin usaha, maka sulit untuk masuk dalam program pemberdayaan. Oleh karena itu sosialisasi dilakukan untuk memberikan informasi tentang manfaat dan keuntungan bagi UMK untuk memiliki izin usaha.

c. Tidak mengetahui prosedur pengajuan IUMK

Rendahnya pengetahuan tentang perlunya izin usaha UMK, maka para pelaku UMK tentu juga tidak mengetahui prosedur pengajuan IUMK serta syarat-syaratnya. Sosialisasi dilakukan untuk memberikan informasi secara detail tentang prosedur dan syarat-syarat pengajuan IUMK.

d. Tidak memiliki keterampilan yang cukup untuk pengajuan secara online

Materi sosialisasi yang terakhir adalah menjelaskan tentang cara mengajukan izin usaha UMK yang bisa dilaksanakan secara online. Sosialisasi dilaksanakan dengan memberikan informasi bahwa seluruh proses pengajuan izin akan dibantu atau didampingi oleh pengabdi, mulai proses mengumpulkan syarat, pengajuan online, sampai dengan izin usaha keluar.

B. Pendampingan pengajuan IUMK



Gambar 2. Pendampingan pengajuan IUMK

Tahapan pendampingan dalam pengajuan IUMK dalam kegiatan pengabdian ini adalah:

- a. Mengumpulkan syarat-syarat pengajuan IUMK meliputi:
 - 1) SKU (Surat Keterangan Usaha) Surat pernyataan dari RT / RW setempat yang menjelaskan tentang lokasi usaha, dan nama pemilik usaha
 - 2) KK (Kartu Keluarga)
 - 3) Surat permohonan pengajuan IUMK
 - 4) Surat Keabsahan Dokumen
 - 5) Surat NIB (Nomor Izin Berusaha)
 - 6) Foto 4x6 Pemohon IUMK
- b. Penghitungan modal usaha dan penjualan per bulan. Harus diakui bahwa para pelaku UMK tidak memiliki kemampuan menerapkan manajemen keuangan, sehingga tidak bisa memberikan informasi yang detail tentang modal usaha yang digunakan serta catatan penjualan per bulan. Sehingga pengabdi melakukan pendampingan cara penghitungan modal usaha dan rata-rata penjualan per bulan.

- c. Pengajuan secara online di laman <https://simponie.tangerangselatankota.go.id/panel/login>. Setelah semua syarat dipenuhi, maka pengabdi melakukan pendampingan atau memfasilitas untuk pengunggahan syarat-syarat pengajuan izin usaha secara online. Pendampingan dilakukan mulai dari membantu pembuatan akun, isi form pengajuan, identifikasi jenis usaha, unggah dokumen sebagai lampiran, sampai pengajuan dikirim.

Tahapan pengajuan IUMK online di portal Simponie adalah sebagai berikut:

- 1) Registrasi user Simponie

Pendaftaran user untuk WNI menggunakan Nomor Induk Kependudukan, sedangkan untuk WNA menggunakan passport. Isian yang harus dientri di laman Simponie adalah pilihan jenis identitas (misalnya KTP), tanggal lahir, jenis kelamin, agama, Nomor induk kependudukan, alamat lengkap, nomor HP, alamat email aktif, username yang akan digunakan. Setelah pendaftaran berhasil, akan ditampilkan username dan password pengguna. Salah satu kendala yang dihadapi pada saat membuat akun bagi pelaku usaha adalah wajib memiliki alamat email, sementara para pelaku UMK belum memiliki alamat email. Oleh karena itu pengabdi harus membuatkan alamat email masing-masing pengurus IUMK.
- 2) Pengisian Klasifikasi Usaha

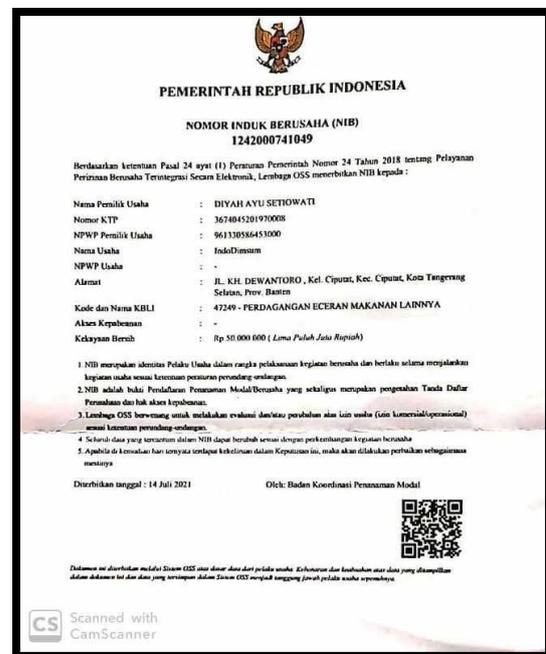
Setelah memiliki akun Simponie maka tahapan berikutnya adalah masuk langkah pemilihan Klasifikasi Usaha, sebelum pengisian form pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB), dan pengisian data untuk Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK).
- 3) Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) Isian untuk NIB meliputi:
 - Data profil pemohon Formulir online yang harus diisi untuk pengajuan IUMK mencakup: nama pemohon, nomor KTP

dan nomor telepon, alamat pemohon, dan alamat kegiatan usaha, sarana yang digunakan, kekayaan bersih, klasifikasi usaha mikro maksimal kekayaan bersih adalah 50 juta sedangkan usaha kecil kekayaan antara 50 juta sampai 500 juta.

- Data usaha Isian mencakup nama usaha, alamat usaha, alamat pemohon (untuk dirikimnya surat IUMK) pemilihan kode dan KLBI (sesuai jenis usaha), jumlah tenaga kerja, besarnya modal usaha, estimasi penjualan per tahun.
 - Komitmen Prasarana Usaha Pengisian kepemilikan izin lokasi dan lingkungan jika ada. Untuk industri rumahan bisa dipenuhi dengan Surat Keterangan dari Kepala Desa/Kelurahan setempat.
- 4) Preview usulan Jika seluruh data-data diisi secara lengkap, sebelum proses pengajuan, pemohon bisa melihat (preview) NIB dan Izin usaha. Hal ini dimaksudkan agar bisa dilakukan pengecekan tentang kebenaran isian. Jika ada kesalahan bisa dilakukan perbaikan.
 - 5) Proses Pengajuan NIB dan Izin Usaha Untuk mengajukan proses pengajuan NIP, pada Simponie klik Proses NIB dan Izin Usaha, maka izin usaha sudah diajukan dan tinggal menunggu hasilnya.
 - 6) Pengajuan izin usaha akan diverifikasi apakah memenuhi syarat atau tidak.
 - 7) NIB dan Izin Usaha sudah terbit. Jika seluruh syarat-syarat pengajuan sudah dipenuhi maka izin disetujui, maka akan diterbitkan dokumen Nomor Induk Berusaha (NIB), dan dokumen Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK), akan dikirim secara fisik ke alamat rumah yang di isi oleh pemohon.

Nomor Induk Berusaha (NIB) berupa lembar surat yang berisi: Kop surat, nama pemilik usaha, nomor KTP, alamat, kode dan nama KBLI, dan jumlah modal usaha. Dokumen NIB juga mencantumkan bentuk usaha, stiker hologram dan barcode. Sedangkan dokumen IUMK berisi Kop surat, nama pemilik usaha, NIB, alamat, kode dan nama KBLI.

- 8) Estimasi surat IUMK akan terbit 8 hari kerja setelah melalui tahap verifikasi



Gambar 3. Nomor Induk Berusaha yang sudah terbit

C. Digital Marketing

Darmawan (2012), mengatakan bahwa teknologi informasi merupakan produk rekayasa manusia terhadap metode penyampaian informasi dari pengirim ke penerima yang menyebabkan lebih luas, lebih cepat sebarannya, serta dapat disimpan lebih lama. Dengan melakukan pemasaran melalui media sosial, tentu akan menjadi penunjang keberhasilan usaha, menarik minat konsumen, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Menurut Purwana ES, Rahmi, dan Aditya (2017), digital marketing merupakan usaha untuk memperkenalkan sebuah merek produk ataupun jenis produk dengan menggunakan media digital yang dengan tepat agar dapat menjangkau konsumen. Internet tentunya akan memiliki peran penting dalam hal ini. Selain itu, dari banyak sisi, kemudahan konsumen untuk mencari dan mendapatkan produk dapat dilakukan hanya melalui ponsel, internet dan sosial media. Di sisi lain, pengusaha juga dapat dengan mudah memantau dan menyediakan kebutuhan sesuai keinginan pembeli. Meskipun media sosial dianggap mempunyai cukup kapasitas dan memberikan manfaat yang besar dalam mendukung pelaku UMKM untuk menjangkau wilayah target pasar yang lebih luas, memperluas jaringan bisnis, serta secara langsung dapat berinteraksi dengan konsumen maupun calon konsumen, pada kenyataannya masih banyak para pelaku UMKM menganggap melakukan pemasaran secara digital marketing ini cukup sulit dan rumit.

Padahal saat ini sangat besar manfaat dan peranan penggunaan media sosial di era pandemi covid-19 untuk menarik konsumen, serta memperluas jangkauan usaha. Dengan melihat berbagai macam masalah yang ada, dalam hal ini perlu di adakan sosialisasi akan manfaat digital marketing di era pandemi covid-19

1. Sosialisasi manfaat digital marketing

Sosialisasi dipilih karena kurangnya pengetahuan akan manfaat digital marketing terhadap pembuatan strategi pemasaran yang menggunakan internet. Sehingga pihak UMK belum memanfaatkan fitur pemasaran digital yang disediakan, termasuk di dalamnya penggunaan media sosial dan aplikasi e-commerce lainnya.



Gambar 4. Sosialisasi manfaat digital marketing

Dengan diadakannya sosialisasi mengenai manfaat digital marketing diharapkan pelaku UMKM dapat lebih memanfaatkan teknologi informasi semaksimal mungkin sehingga dapat lebih maksimal dalam mengembangkan usahanya dan dapat bersaing secara global dengan para pelaku usaha lain dan dapat secara aktif memanfaatkan digital marketing, baik melalui media sosial ataupun melalui aplikasi e-commerce lainnya sehingga dapat menjangkau pasar lebih luas dan dapat menarik lebih banyak konsumen.

2. Pendampingan pembuatan promosi serta pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produksi

Dalam kegiatan ini dilakukan untuk menarik banyak konsumen. Pendampingan dilakukan untuk membuat promosi semenarik mungkin, yang nantinya akan di promosikan melalui berbagai macam sosial media. Pemanfaatan media sosial dengan menggunakan whatsapp dan instagram sebagai media pemasaran online dilakukan beberapa kali selama bulan Juli. Pemanfaatan sosial media ini bertujuan untuk memaparkan bagaimana cara mempromosikan produk, serta menjalin komunikasi kepada beberapa pengguna media sosial lainnya untuk dapat ikut serta mempromosikan produk yang di produksi. Berikut adalah beberapa gambar kegiatan pemanfaatan media sosial dalam hal promosi produk yang di jalankan melalui masing-masing sosial media penulis.



Gambar 5. Pemanfaatan sosial media

Melakukan pemanfaatan sosial media pada pelaku UMKM dapat memperoleh keuntungan yang lebih, mereka juga dapat melakukan komunikasi secara intens dengan pelanggan karena sebagian masyarakat kini cenderung lebih banyak menghabiskan waktunya dengan menggeluti media sosial, (Anugrah, 2020), sehingga pelaku UMKM dapat berpeluang memenuhi capaian target pemasaran produk mereka sekaligus dapat menyelamatkan atau bahkan meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat di tengah pandemi Covid-19.

5. KESIMPULAN

KKN merupakan bentuk nyata pengabdian Mahasiswa terhadap Masyarakat sebagai Mitra. Sebagai salah satu wujud program Muhammadiyah yaitu Pencerahan dan pemberdayaan, mahasiswa memang seharusnya dilatih untuk dapat berbaur, bekerja sama, bersinergi, melakukan kegiatan dan program yang secara tidak langsung dapat membangun

Bangsa dan Negara menjadi lebih baik. UMJ melalui LPPM (Lembaga Pemberdayaan dan Pengembangan Masyarakat) memberikan kesempatan untuk mahasiswa dapat terjun langsung dimasyarakat, implementasikan terapan ilmu dari berbagai macam bidang keilmuan dengan bimbingan DPL (Dosen Pembimbing Lapangan) yang selalu siap melakukan pembinaan, pengarahan dan koordinasi dalam menjalani tugas di lapangan.

Praktikan dan Kelompok 14 berkesempatan melakukan kegiatan KKN bersama dengan mitra UMKM IndoDimsum di Jalan Oscar IV Rt 02/Rw 02 No.48 Bambu Apus, Pamulang, Tangerang Selatan, UMKM merupakan maka dari itu UMKM sangat berperan besar dalam perekonomian Indonesia, UMKM menyumbang 95% penyerapan tenaga kerja dan penyumbang 60,34 % PDB Indonesia, UMKM mengalami dampak hebat, banyak sekali UMKM yang merugi bahkan tutup terutama pada masa Pandemi Covid-19 dan program PPKM Darurat level 4.

Praktikan dan Kelompok Mengajak UMKM untuk melakukan program legalitas usaha, dan pemanfaatan digital marketing untuk menjadi salah satu solusi perekonomian saat ini. Selain dari program tersebut, praktikan dan kelompok juga melakukan kegiatan Grapting (Mencangkok) pohon anggur, penyemprotan disinfektan, penghijauan dan sosialisasi kebersihan di SMP Islam Parung.

Adapun hambatan dan tantangan di lapangan yaitu dengan waku yang sangat terbatas dan kondisi PPKM Darurat dimana masyarakat di sarankan untuk mengurangi mobilitas / pembatasan kegiatan secara ketat. Serta waktu pembuatan dan persetujuan IUMK yang memakan waktu 8 hari kerja, namun semua dapat dilalui dengan bimbingan DPL (Dosen Pembimbing Lapangan).

DAFTAR PUSTAKA

Bismala, L. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM di Sunatera Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM*, jurnal Pembangunan Perkotaan, 2(2): 126-134.

Hadiyati, E. 2019. *Strategi Keberlanjutan Kewirausahaan dan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi MEA. Proceeding The First National Conference on Business and Entrepreneurship*. Surabaya: Universitas Ciputra.

Darmawan, D. 2012. *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.

Purwana ES, Dedi., Rahmi., dan Shandy Aditya. 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. E-ISSN: 2580-4332. Vol.1 No. 1, Juli 2017.

Kuncoro, Mudrajat. 2010. *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan*. Jakarta. Purwana ES, D