

## Pendampingan Usaha Mikro Yang Terdampak Covid-19 Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk

Naswandi Nur<sup>1\*</sup>, Listiyani Lia Wijayanti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prodi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 15419

<sup>2</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 15419

\*E-mail : naswandi.nur@umj.ac.id

### ABSTRAK

Kegiatan ini merupakan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Kota Tangerang Selatan terhadap sebuah usaha mikro (UMKM) dengan nama usaha Dapur Nagih. Penyebaran COVID-19 yang melanda Indonesia secara langsung berdampak negatif terhadap pelaku usaha mikro di Indonesia khususnya di Kota Tangerang Selatan. Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah baik pusat maupun daerah secara signifikan mengurangi akses konsumen ke para pelaku usaha mikro tersebut. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan pemilik usaha dalam berjualan melalui media jejaring sosial. Pengabdian ini dilakukan melalui kegiatan pendampingan meliputi pembuatan dan pelatihan penggunaan media sosial dalam penjualan produk serta pemantauan dan evaluasi. Hasil yang diperoleh setelah pendampingan menunjukkan peningkatan akses konsumen kepada usaha mikro binaan yang diindikasikan dengan meningkatnya pesanan dan omset usaha mikro binaan. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi pelaku usaha mikro lainnya yang terdampak pandemi COVID-19 dan menjadi solusi dari masalah UMKM yang ada.

**Kata kunci:** COVID-19, Dapur Nagih, KKN *online*, UMJ, UMKM

### ABSTRACT

*The activity was a community service carried out in Tangerang Selatan to a micro business (UMKM) with the name Dapur Nagih. The spread of COVID-19 that hit Indonesia had a negative impact on micro-entrepreneurs in Indonesia, especially in Tangerang Selatan. The implementation of Large-Scale Social Restrictions (PSBB) by both central and local governments significantly reduces consumer access to these micro business actors. The purpose of this community service is to increase the entrepreneurial knowledge and skills of business owners in selling through social networking. This service is carried out through mentoring activities including the creation and training of the use of social media in product sales as well as monitoring and evaluation. The results obtained after mentoring showed an increase in consumer access to the assisted micro businesses, as indicated by the increase in orders and turnover of the assisted micro businesses. This activity is expected to be an example for other micro business actors affected by the COVID-19 pandemic and become a solution to the existing problems.*

**Keywords:** COVID-19, Dapur Nagih, KKN *online*, UMJ, UMKM

### 1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang melanda seluruh dunia sejak Desember 2019 hingga kini masih berlangsung. Di beberapa negara, kurva korban positif terinfeksi virus korona mulai melandai (seperti di Australia, Vietnam, dan Selandia Baru), sementara di beberapa negara lainnya kurva korban justru

belum mencapai puncaknya (seperti di Amerika Serikat dan Indonesia) (Sohrabi *et al.* 2020). Mewabahnya virus penyebab COVID-19 ini tidak hanya menghantam sektor kesehatan dan pelayanan publik, melainkan juga melumpuhkan berbagai sektor kehidupan manusia lainnya, termasuk sektor usaha mikro di seluruh dunia (McKibbin dan Fernando 2020). Tak perlu

analisis yang rumit-rumit, sehari-hari pun bisa kita lihat bagaimana kios-kios pedagang makanan dan barang-barang kebutuhan sehari-hari tutup karena pembatasan kerumunan dan turunnya daya beli masyarakat. Sebagian pengamat memperkirakan sektor UMKM akan mengalami kesulitan menahan dampak akibat wabah COVID-19 tersebut. UMKM dinilai sebagai sektor yang paling rentan terhadap krisis ekonomi karena COVID-19 karena jenis usaha ini sangat bergantung pada perputaran uang hasil penjualan barang dagangan (Pakpahan 2020).

Berdasarkan data dari Kemenkop UKM, para pelaku UMKM mengeluhkan berbagai hal akibat merebaknya wabah virus korona ini. Keluhan-keluhan tersebut terutama menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan penjualan yang menurun, kesulitan mendapatkan bahan baku, kesulitan permodalan, hingga produksi menjadi terhambat (Reswari 2020). Jika penyebaran virus korona dan dampaknya tak ditangani secara cepat, sektor UMKM dikhawatirkan akan terpuruk. Padahal, berdasarkan data DEPKOP (2020), sektor UMKM selama ini mampu menyerap tenaga kerja hingga 97 persen atau 116,98 juta orang. Adapun jumlah UMKM pada 2018 tercatat 64,19 juta unit (99,99 persen). Menghadapi berbagai keluhan pelaku UMKM tersebut, pemerintah melakukan tindakan tepat dengan merelokasikan anggaran dan *refocusing* kebijakan guna memberikan insentif ekonomi bagi pelaku UMKM dan sektor informal. Dalam kaitan ini, pemerintah menyampaikan bahwa nasabah usaha mikro dan usaha kecil akan diberikan penundaan cicilan sampai satu tahun sekaligus penurunan bunga (Kurniati 2020). Namun, pelaku UMKM tentunya tak boleh hanya bersandar pada kelonggaran kredit dari pemerintah. Mereka juga harus melakukan beragam terobosan dan strategi agar dapat bertahan di tengah ketidakpastian ekonomi saat ini. Para pelaku usaha memerlukan beberapa langkah untuk dapat bertahan. Perubahan pada pengaturan arus keuangan perusahaan, misalnya, perlu dilakukan untuk tetap dapat mempertahankan bisnisnya agar berkelanjutan. Berikut adalah Langkah solutif yang bisa diterapkan oleh para pelaku usaha dalam menghadapi kondisi pasar yang

sulit sekarang ini menurut SIRCLO (2020) yaitu mengatur *cashflow* dengan baik, berempati dan menjaga komunikasi, pengaturan karyawan, memanfaatkan layanan perbankan, atau yang paling memungkinkan yaitu dengan menjalankan strategi marketing yang baru.

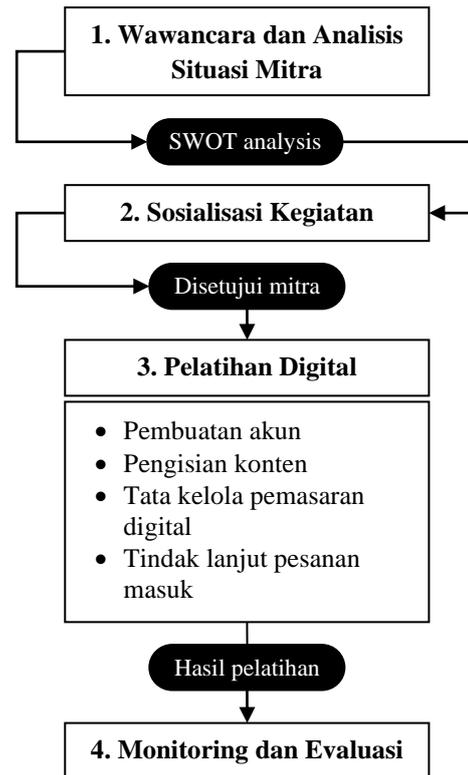
Kemajuan teknologi saat ini mendorong manusia untuk melakukan kegiatan yang lebih cepat dan mudah. Kemajuan tersebut tampak pada bidang telekomunikasi. Adanya kemajuan telekomunikasi ini membuat hubungan antar manusia dalam hal komunikasi menjadi tanpa batas dan tanpa hambatan terutama adalah jarak. Internet merupakan kemajuan salah satu dalam bidang teknologi komunikasi yang tumbuh begitu pesatnya. Internet memberikan manfaat kemudahan dalam komunikasi dan memiliki kepentingan tertentu. Adanya revolusi teknologi informasi (TI) dan komunikasi selalu berubah-ubah dari hari ke hari, hal ini juga merubah cara orang melakukan bisnis saat ini (Ryan dan Page 2009). Dimana era digital mampu menjadi poin krusial untuk seluruh aktivitas manusia yang dapat mendukung aktivitas usaha. Para pelaku usaha mikro yang terhalang dengan kendala dengan minimnya pengetahuan *digital marketing* dan *electronic commerce* mengharuskan masyarakat untuk melek terhadap teknologi sehingga menuntut para pelaku usaha mikro dalam mengikuti kegiatan pelatihan untuk dapat memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai media dalam menjalankan usahanya.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka bagaimana agar kegiatan usaha khususnya UMKM di Kota Tangerang Selatan agar tetap menghasilkan nilai ekonomi ditengah kondisi pandemi COVID-19. Untuk itu dalam mempertahankan ekonomi UMKM yang ada di Kota Tangerang Selatan perlu menjadi perhatian penting ditengah gejolak dunia usaha akibat wabah COVID-19 yaitu dapat dengan cara penggunaan media jejaring sosial sebagai media pemasaran, dimana pemanfaatan ini menjadi potensi yang menjanjikan di tengah keterbatasan akses dari pemberlakuan aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

## 2. METODE

Kegiatan ini merupakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di Universitas Muhammadiyah Jakarta, yang dalam pelaksanaannya terdiri dari dosen pembimbing bersama mahasiswa program KKN daring dan dilaksanakan pada bulan Agustus 2020. Pelaksanaan kegiatan ini ditujukan untuk mitra binaan dengan nama usaha Dapur Nagih, yang bertempat usaha di Jalan Wijaya Kusuma 2, Komplek Mabad Kiwal, Rempoa, Ciputat Timur, Tangerang Selatan, Banten. Dapur Nagih sebagai mitra binaan merupakan usaha mikro yang bergerak dalam bidang produksi makanan dan cemilan khas Indonesia. Pemilik usaha ini adalah Ibu Tri Yatmi, dimana keberadaan usaha ini berfokus pada pemenuhan kebutuhan hidup pemilik usaha dan selama ini dijalankan secara konvensional walaupun usaha sudah berjalan dalam waktu lama.

Terdapat empat tahap rencana kerja dalam kegiatan pengabdian ini. Tahap pertama yaitu wawancara dan analisis situasi mitra, tahap kedua adalah sosialisasi kegiatan kepada mitra, tahap ketiga adalah pelatihan pemanfaatan *digital marketing*, dan tahap keempat adalah monitoring dan evaluasi kegiatan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian. Prosedur kerja kegiatan pengabdian ini dapat digambarkan seperti rencana kegiatan yang dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Alur Pelaksanaan Kegiatan

Wawancara dan analisis situasi dilakukan untuk mengetahui pokok permasalahan yang dihadapi mitra sehingga dapat dirumuskan solusi yang tepat. Kegiatan sosialisasi memiliki tujuan untuk menyamakan persepsi tujuan kegiatan antara pelaksana pengabdian dan mitra. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan memberikan informasi kepada mitra tentang kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan. Memberikan pemahaman kepada mitra tentang latar belakang kegiatan dan tujuan kegiatan. Sosialisasi diberikan oleh tim pengusul yang melibatkan pemilik UMKM dengan cara duduk bersama. Dokumentasi kegiatan ini berupa foto kegiatan sosialisasi dan video dibantu oleh tim mahasiswa. Pelatihan pemanfaatan *digital marketing* merupakan sebuah usaha memasarkan produk dengan menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik marketing dan media digital bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk dan membina hubungan dengan pelanggan.

Pelatihan pemanfaatan digital marketing akan memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh media sosial (whatsapp dan instagram). Pelatihan *digital marketing* diberikan kepada pemilik dan karyawan mitra dengan metode ceramah dan praktek langsung. Dokumentasi kegiatan berupa foto dan video dibantu oleh mahasiswa.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada mitra Dapur Nagih dilakukan dalam beberapa tahap sesuai dengan rencana kegiatan. Terdapat empat tahap kegiatan dalam pengabdian ini yaitu tahap pertama adalah wawancara dan analisis situasi mitra, tahap kedua adalah sosialisasi kegiatan kepada mitra, tahap ketiga adalah pelatihan pemasaran *online*, dan tahap keempat adalah monitoring dan evaluasi kegiatan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian.

#### a. Kegiatan Wawancara dan Analisis situasi

Berdasarkan hasil wawancara dan berkunjung langsung ke tempat mitra, diperoleh informasi bahwa permintaan untuk cemilan menurun drastis semenjak diterapkan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah. Hal ini dikarenakan kurang akses konsumen untuk membeli produk oleh mitra, sementara selama ini pemasaran hanya dilakukan dengan menunggu konsumen melakukan pesanan atau rekomendasi dari para pembeli yang sudah berlangganan. Selain itu, pada saat wawancara mitra tidak dapat menyebutkan dengan pasti keuntungan dan kerugian setiap bulannya, mitra hanya mampu memperkirakan saja keuntungan setiap bulannya. Hal ini dikarenakan pengelolaan keuangan tidak dilakukan dengan baik. Hasil analisis situasi yang dilakukan, permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra yaitu pemasaran produk hanya dilakukan melalui berita dari mulut ke mulut tanpa memanfaatkan teknologi

internet, sehingga kurang maksimal menjangkau konsumen. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, solusi yang dapat ditawarkan adalah melalui pelatihan pemanfaatan digital marketing untuk mengetahui teknik-teknik memanfaatkan teknologi internet dan media elektronik untuk memperluas pemasaran suatu produk atau brand dan meningkatkan pendapatan mitra melalui *digital marketing* dengan memanfaatkan media jejaring sosial whatsapp dan instagram.

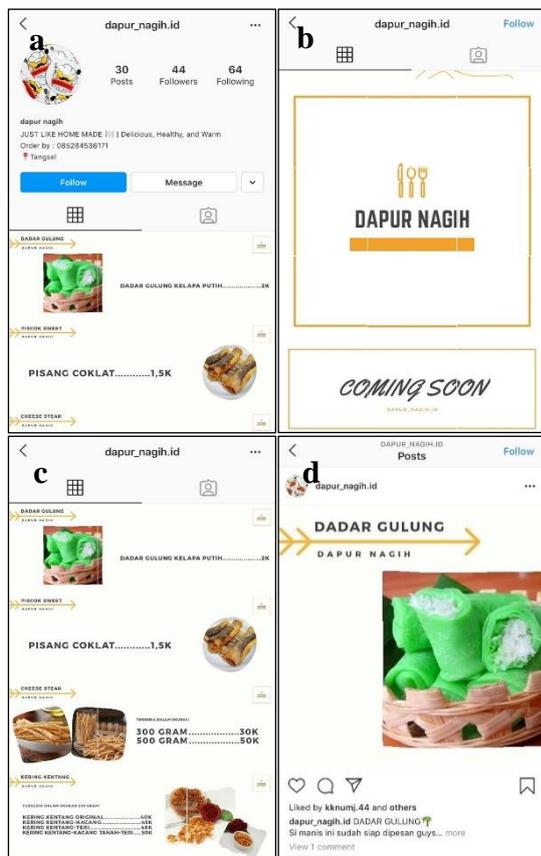
#### b. Kegiatan Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi dilakukan pada minggu kedua bulan Agustus 2020. Materi sosialisasi diberikan oleh perwakilan mahasiswa dimana sosialisasi dilakukan dengan pemilik usaha Dapur Nagih yaitu Ibu Tri Yatmi untuk menyampaikan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat telah diterima. Pada pertemuan tersebut telah disampaikan informasi-informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan. Indikator-indikator tersebut memiliki satu tujuan prinsip, yaitu meningkatkan kesejahteraan mitra serta meningkatkan pengetahuan mitra dalam memasarkan produk secara online. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan cara diskusi dan tanya jawab.

#### c. Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing

Pelatihan pemanfaatan digital marketing dengan menggunakan whatsapp dan instagram sebagai media pemasaran online dilakukan beberapa kali dalam selama bulan Agustus 2020. Kegiatan ini diikuti oleh pemilik dan karyawan Dapur Nagih. Materi pemasaran *online* diberikan oleh perwakilan mahasiswa dengan cara praktek langsung dan diskusi. Materi yang disampaikan pada saat pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran produk adalah bagaimana Langkah-langkah mendaftar whatsapp dan instagram serta fitur-fiturnya Kegiatan yang

dilakukan dalam pelatihan ini yaitu mempelajari sosial media. Instruktur memperkenalkan sosial media whatsapp dan instagram. Peserta diajarkan membuat akun whatsapp dan instagram hingga mengoperasikan aplikasi tersebut dalam aktivitas pemasaran produk dan menerima pesanan secara daring. Hasil pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran digital berupa akun instagram yang terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Tampilan akun media sosial (Instagram) @dapur\_nagih.id. a. Identitas akun, b. Tagline Dapur nagih, c. Daftar menu, d. Post Instagram.

**d. Monitoring dan Evaluasi**

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, luaran kegiatan pengabdian masyarakat berdasarkan target capaian kegiatan mampu menambah konsumen melalui media pemasaran online sehingga meningkatkan pendapatan mitra. Luaran kegiatan dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Luaran hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan UMKM Dapur Nagih.

Kegiatan	Luaran Kegiatan	Manfaat bagi Mitra
Analisis situasi	Informasi terkait kendala yang dihadapi dan kebutuhan mitra	-
Sosialisasi	Materi sosialisasi	pengenalan mengenai digital marketing
Pelatihan digital marketing	Akun Instagram dan whatsapp	Promosi produk mitra melalui jejaring media sosial
Penerapan digital marketong	Akun media jejaring sosial dioperasikan oleh mitra	Peningkatan akses konsumen dan peningkatan penghasilan

**UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah mendanai dan memfasilitasi KKN UMJ Online 2020. Kepada Ibu Tri Yatmi yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian dengan baik dan lancar, serta kepada pihak yang memberikan gagasan, saran, masukan serta pandangan terhadap penyusunan artikel pengabdian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

DEPKOP. 2020. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017-2018. <http://www.depkop.go.id/data-umkm>. Diakses 20 September 2020.

Kurniati D. 2020. Efek Corona, Jokowi Beri Kelonggaran Cicilan Kredit Hingga 1 Tahun. DDTC News. <https://news.ddtc.co.id/efek-corona-jokowi-beri-kelonggaran-cicilan-kredit-hingga-1-tahun--19773>. Diakses 20 September 2020.

Mckibbin W & Fernando R. 2020. The global macroeconomic impacts of COVID-19: Seven scenarios. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.3547729.

- Pakpahan AK. 2020. Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*. 10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64
- Restari DMI. 2020. Pandemi Corona, Ini 5 Keluhan Para Pelaku Bisnis UMKM. *Jurnal Entrepreneur*. <https://www.jurnal.id/id/blog/keluhan-para-pelaku-bisnis-umkm-saat-corona/>. Diakses 20 September 2020.
- Ryan D, Page CJK. 2009. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice* volume 10, pages384–387. <https://doi.org/10.1057/ddmp.2009.7>
- SIRCLO. 2020. Strategi Mempertahankan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19. <https://www.sirclo.com/strategi-mempertahankan-bisnis-di-tengah-pandemi-covid-19/>. Diakses 20 September 2020.
- Sohrabi C, Alsafi Z, O'Neill N, Khan M, Kerwan A, Al-Jabir A, Iosifidis C, Agha R. 2020. World Health Organization declares global emergency: A review of the 2019 novel coronavirus (COVID-19). *Int J Surg*. 76:71-76.