

UMKM Go Online Upaya Lawan Covid-19 Kelompok Ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur

Kartika Yuliantari¹, Suparman Hilawu², Riris Lestiowati³, Mohammad Amas Lahat⁴

^{1,2,3,4} Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kramat Raya No.98, Senen, Jakarta Pusat, Indonesia

e-mail: ¹ kartika.kkj@bsi.ac.id, ² suparman.spengabdian@bsi.ac.id, ³ riris.rli@bsi.ac.id,
⁴ m.amas.mas@bsi.ac.id

Abstrak

Semenjak pandemi Virus Corona ini mengakibatkan terganggunya hampir semua industri bisnis dari berbagai sektor, dan merubah perilaku masyarakat dunia di semua kalangan. Begitu pula dampak akibat Covid-19 paling terasa terjadi pada sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengalami permasalahan kemampuan pelaku UMKM cenderung rendah dalam menggunakan teknologi untuk memasarkan produk, penurunan pada hasil omzet penjualan, dan permasalahan dalam distribusi barang yang terhambat. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian kali ini untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi diprioritaskan dalam hal meningkatkan kemampuan penjualan ibu-ibu PKK Jamaah Masjid Ar-Royyan selaku pelaku usaha UMKM dengan go online, sehingga diharapkan meningkatkan hasil omzet penjualan dan melancarkan dalam distribusi barang. Dengan terselenggaranya pengabdian melalui pelatihan yang diberikan melalui zoom ini diharapkan ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur sebagai pelaku usaha UMKM dapat meningkatkan kemampuannya dalam memasarkan produknya secara go online di tengah pandemi Covid-19 sehingga usaha yang dijalankan dapat bertahan dan semakin maju. Target luaran berupa artikel di media masa cetak atau elektronik, video kegiatan, dan pengetahuannya tentang pemasaran melalui online (go online) meningkat. Metode pelaksanaan pada kegiatan ini terdiri dari tahap persiapan yaitu dengan melakukan survey di lokasi yang akan dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat, tahap pelaksanaan yaitu pelatihan pemasaran melalui go online dalam upaya meningkatkan penjualan dan distribusi barang serta tahap monitoring dan evaluasi untuk mengetahui seberapa besar peningkatan kemampuan yang dimiliki oleh mitra.

Kata Kunci: UMKM Go Online; pemasaran; pelatihan

Abstract

Since the Corona Virus pandemic has disrupted almost all business industries from various sectors, and changed the behavior of the world community in all circles. Likewise, the impact of Covid-19 was most pronounced in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector which experienced problems with the low ability of MSME players to use technology TO market products, a decrease in sales turnover results, and problems in hampered distribution of goods. The solutions offered in this PENGABDIAN activity to solve the problems faced are prioritized in terms of increasing the sales ability of PKK Jamaah Masjid Ar-Royyan women as MSME business actors by going online, so that it is expected to increase sales turnover results and smoothen the distribution of goods. With the implementation of PENGABDIAN through training provided through zoom, it is hoped that the PKK women of Lubang Buaya Village,



East Jakarta as MSME business actors can improve their ability to market their products online in the midst of the Covid-19 pandemic so that their businesses can survive and get more advanced. Output targets in the form of articles in print or electronic mass media, activity videos, and increased knowledge of online marketing (go online). The method of implementation in this activity consists of the preparation stage, namely by conducting a survey at the location where community service activities will be carried out, the implementation stage, namely marketing training through go online in an effort to increase sales and distribution of goods as well as the monitoring and evaluation stage to find out how much increased ability you have. by partners

Keywords: *UMKM Go Online; marketing, training*

Pendahuluan

Semenjak pandemi Virus Corona ini mengakibatkan terganggunya hampir semua industri bisnis dari berbagai sektor, dan merubah perilaku masyarakat dunia di semua kalangan. Begitu pula dampak akibat Covid-19 paling terasa terjadi pada sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengalami permasalahan dengan adanya penurunan pada hasil omzet penjualan, kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan/kredit, permasalahan dalam distribusi barang, dan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Ini menjadi tantangan yang sangat berat untuk ke depan agar dapat mengatasi masalah yang terjadi. Dalam waktu yang cukup singkat, pola pemasaran pun berubah terlebih ketika diberlakukan *social distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Sementara tantangan pada UMKM yang terjadi saat ini adalah persaingan yang harus dihadapi dengan menghasilkan beragam inovasi dan layanan untuk dapat terus bertahan di pasar lokal, dan juga bisa bersaing di pasar Internasional (Marlinah, 2020). Dalam masa pandemi virus corona ini, pelaku UMKM harus cepat beradaptasi seiring dengan diberlakukannya *social distancing* karena sudah pasti sangat memengaruhi perubahan besar dalam tren perilaku konsumen dalam berbelanja. Pelaku UMKM di tengah pandemi virus corona ini harus melihat selain ancaman sekaligus terdapat peluang yang tentunya harus dapat menangkap peluang yang ada. Pemasar harus putar otak untuk bisa memasarkan produk atau jasa mereka ke konsumen, sebagai strategi brand bertahan di tengah pandemi virus corona.

Untuk mengatasi semua ini, tentunya perlu dilakukan perubahan pola strategi pemasaran agar dengan kondisi saat ini tetap menjadi peluang yang menguntungkan sehingga dapat bertahan di tengah pandemi ini. Para pelaku UMKM harus bisa menyiasatinya, mulai dari fokus ke pemasaran digital melalui website yang dijadikan e-commerce, social media, search engine, penjualan melalui marketplace, dan membentuk tim reseller untuk menjual produknya. Para pelaku bisnis mengoptimalkan pemasaran online dan digital branding (go online) sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya.

Pemerintah sendiri telah menetapkan masa bencana darurat Covid-19 hingga 29 Mei 2020 mendatang. Tentunya, pelaku UMKM perlu menyikapinya dengan membuat strategi yang tepat, baik saat masa pandemi berlangsung maupun setelah pandemi berakhir. Meskipun pandemi COVID-19 memunculkan beberapa masalah bagi pelaku UMKM dan koperasi, di sisi lain ada kesempatan yang juga muncul. Tetap ada yang peluang yang dimiliki oleh para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya dengan pola digitalisasi UMKM dan juga mentransformasi bisnis dari produk dan jasa dengan menciptakan kreativitas sesuai kebutuhan yang diinginkan

saat ini (Wulandari, 2020). Pelaku UMKM dan koperasi bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi mengingat perdagangan elektronik pada 2020 mencapai US\$ 130 miliar. Transaksi perdagangan drastis elektronik meningkat selama pandemi COVID-19. Produk yang penjualannya mengalami peningkatan, antara lain produk kesehatan meningkat 90%, produk penunjang hobi naik 70%, makanan naik 350%, dan makanan herbal naik 200% (Amri, 2020).

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial (Purwana & Aditya, 2017). Strategi memasarkan produk secara online dirasa tepat di tengah wabah covid-19. Strategi marketing terbaik dapat memberikan hasil yang maksimal dengan menggunakan biaya seefektif mungkin. Pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital (Purwana & Aditya, 2017). Saat ini, kemudahan belanja secara online, ada dalam genggam tangan. Salah satu faktor penyebab ini semua bisa terjadi adalah karena semakin banyak orang yang memahami strategi pemasaran online atau marketing online untuk bisnis online mereka (go online). UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri di dalam perkembangan bisnis yang ada karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perkembangan zaman. Terdapat lebih dari 55 juta UMKM di Indonesia hingga hari ini, tapi hanya sebagian kecil saja yang baru online. Jumlah ini terus bertambah mengingat semakin banyaknya orang yang memulai pemasaran online sendiri. Pelaku UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi Pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis. (OECD, 2020) dalam (Hardilawati, 2020).

Oleh karena itu, pengabdian masyarakat kali ini Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika bekerjasama dengan mitra ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur mengambil tema “UMKM Go Online Upaya Lawan Covid-19 ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur” yang diselenggarakan dari tanggal 27 sampai dengan 29 Maret 2021. Penyelenggaraan pengabdian masyarakat kali ini terjadi saat pandemi Corona sehingga dilaksanakan secara online melalui media zoom.

Metode

Pengabdian kepada masyarakat yang diberikan berupa pelatihan secara online melalui zoom tentang UMKM Go Online Upaya Lawan Covid-19 pada ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur Jl. Kramat IV No.86, RT.8/RW.10, Lubang Buaya, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13810. Pengabdian kepada Masyarakat ini akan diadakan pada hari Minggu, tanggal 28 Maret 2021.

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan pada ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur yaitu:

1. Tahap persiapan

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur dengan mensurvei secara langsung ke tempat mitra. Selanjutnya sebelum pelaksanaan maka dibuat proposal dengan menuliskan perencanaan kegiatan yang akan dilakukan dan alasan kegiatan perlu dilakukan mengacu pada pendapat dari beberapa sumber referensi dan disesuaikan dengan permasalahan yang ada di mitra.

2. Tahap pelaksanaan

Setelah persiapan sudah dilakukan sesuai dengan perencanaan, selanjutnya berlanjut ke tahap pelaksanaan pengabdian masyarakat. Pada tahap ini dilakukan pelatihan bagaimana cara mempromosikan produk yang dihasilkan oleh ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur melalui media online. Selain memudahkan dalam mempromosikan produk yang dihasilkan, diharapkan dapat membantu memasarkan produk melalui pemasaran secara online seperti menggunakan market place.

3. Tahap monitoring dan evaluasi.

Pada tahap ini dilakukan dengan menyerahkan soal tes yang harus diisi oleh mitra untuk mengetahui seberapa besar peningkatan kemampuan mitra setelah dilakukan pelatihan. Selain itu, mitra juga harus mengisi kuesioner untuk mengetahui bagaimana respon dari peserta pelatihan. Kemudian hasil kegiatan PENGABDIAN dibuat laporan untuk pertanggungjawaban, selain itu dibuat juga luarannya berupa press release.

Hasil dan Pembahasan

1. Gambaran Umum Karakteristik ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur

Pada kesempatan PENGABDIAN kali ini diikuti oleh ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur yang memiliki kegiatan berwirausaha dan tergabung dalam sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Tabel 1. Peserta Ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur

Umur	Jumlah	%
< 30 Tahun	3	30%
31 - 35 Tahun	1	10%
36 - 40 Tahun	2	20%
41 - 45 Tahun	1	10%
46 - 50 Tahun	1	10%
> 50 Tahun	2	20%
Total	10	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan data di atas karakteristik anggota UMKM berdasarkan tingkat usia didominasi kurang dari 30 tahun, kemudian 36 sampai dengan 40 tahun sebanyak 20% dan 31 sampai dengan 35 tahun serta 41 sampai dengan 45 tahun masing-masing 10% yang masih berada pada usia produktif dan sisanya berumur di atas 46 tahun dengan perincian 10% berumur 46 s.d 50 tahun berjumlah 1 orang atau sekitar 10 %. Dan tingkat usia leh dari 50 tahun berjumlah 2 orang atau sekitar 20% sudah memasuki usia senja tapi masih kuat tetap berkarya.

2. Gambaran Permasalahan

Pada kesempatan pengabdian kali ini diikuti oleh ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur yang memiliki kegiatan berwirausaha dan tergabung dalam sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang terpengaruh dengan dampak akibat Covid-19 paling terasa terjadi pada yang mengalami permasalahan dengan adanya

- a. kemampuan pelaku UMKM cenderung rendah dalam menggunakan teknologi, permasalahan pemasaran.
- b. penurunan pada hasil omzet penjualan,

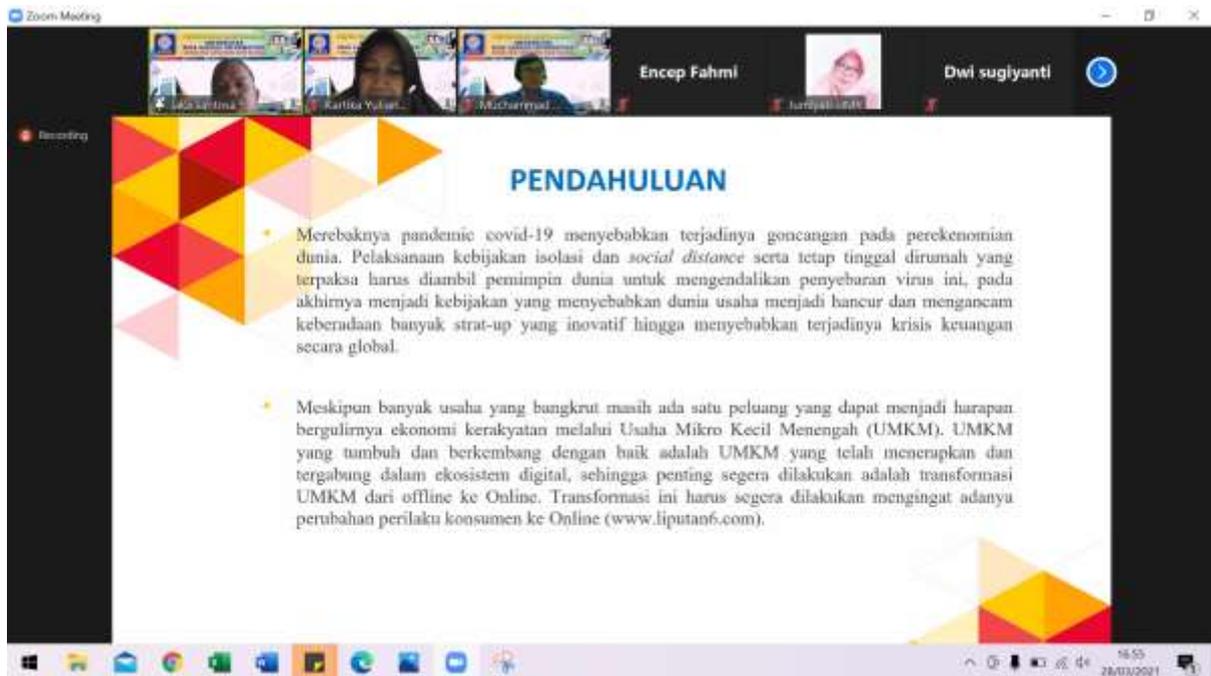
Sejak terjadinya wabah Corona, tentu saja hal ini berdampak pada daya beli dari masyarakat itu sendiri, tingkat permintaan terhadap produk yang dihasilkan oleh UMKM turun beberapa bulan terakhir Hal inilah yang membuat penjualan UMKM mengalami penurunan

c. permasalahan dalam distribusi barang

distribusi yang mereka lakukan menjadi terhambat, terlebih saat sudah ada penerapan PSBB di wilayah masing-masing sehingga membuat pengiriman atau penerimaan barang kepada konsumen menjadi terlambat.

3. Solusi permasalahan

Berdasarkan keluhan di atas, kita dapat simpulkan bahwa wabah Corona memang sangat berdampak terhadap pelaku UMKM. Jika sudah seperti ini, ibu-ibu PKK sebagai pelaku usaha UMKM pun harus siap sedia dalam mengantisipasinya agar usahanya tetap produktif dan tidak gulung tikar. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian kali ini untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi diprioritaskan dalam hal meningkatkan kemampuan penjualan ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur selaku pelaku usaha UMKM dengan go online. Oleh karena itu, ibu-ibu diajarkan untuk memakai media online dalam memasarkan produknya, dalam hal ini dengan Tokopedia, sehingga diharapkan meningkatkan hasil omzet penjualan dan melancarkan dalam distribusi barang. Sosial media sangat berpengaruh besar dalam pemasaran suatu produk. Jumlah pengguna media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan media sosial lainnya semakin lama semakin meningkat sehingga hal ini tentu menjadi peluang yang sangat bagus dalam memperkenalkan atau mempromosikan produk. Selain itu, di beberapa media sosial menyediakan fitur-fitur yang mampu mempermudah kinerja promosi iklan bisnis online.



Gambar.1 Pemaparan Materi

Dengan melakukan pemasaran melalui online, maka daya jangkau promosi menjadi luas dan tidak terbatas, bahkan para konsumen dapat menemukan produk dengan mudah selama mereka mendapatkan akses internet yang cukup baik. Selain itu, melakukan pemasaran melalui online juga akan memberikan kemudahan yang cukup banyak bagi para konsumen. Mulai dari

memilih barang, pembayaran serta tidak perlu repot harus datang jauh-jauh datang ke toko, sebab hanya dengan mengakses toko virtual yang ada, konsumen dapat dengan mudah mendapatkan yang mereka inginkan. Dengan diharapkan penjualan produk semakin meningkat.

Tanggapan dari peserta pengabdian sangat baik terbukti dari hasil manfaat pengabdian dapat dilihat dari tabel 2.

Tabel 2. Hasil Kuisiner Tanggapan Peserta dan Hasil Manfaat Pengabdian

Responden	Saya merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan Universitas Bina Sarana Informatika	%	Kegiatan pengabdian masyarakat yang disampaikan bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan dan keahlian peserta	%
1	Puas	10	Puas	10
2	Puas	10	Puas	10
3	Puas	10	Puas	10
4	Puas	10	Puas	10
5	Puas	10	Puas	10
6	Puas	10	Puas	10
7	Puas	10	Puas	10
8	Puas	10	Puas	10
9	Puas	10	Puas	10
10	Puas	10	Puas	10
	Total	100%	Total	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Dari Tabel 2 dapat dilihat tanggapan dari peserta pengabdian sangat baik terbukti dari hasil kuisiner dengan pernyataan “Saya merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan Universitas Bina Sarana Informatika”, semuanya menjawab puas, dan manfaat dari pengabdian ini juga dirasakan oleh peserta, terbukti dengan hasil kuisiner dengan pernyataan kegiatan pengabdian masyarakat yang disampaikan bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan dan keahlian peserta, semua peserta menjawab puas.

Kesimpulan

Wabah Corona memang sangat berdampak terhadap pelaku UMKM yaitu dengan adanya penurunan pada hasil omzet penjualan dan permasalahan dalam distribusi barang. Hal ini dapat diatasi dengan pemasaran secara go online tetapi kemampuan pelaku UMKM cenderung rendah dalam menggunakan teknologi. Hasil yang diharapkan dari kegiatan pengabdian ini adalah menambah pengetahuan ibu-ibu PKK Kelurahan Lubang Buaya Jakarta Timur selaku pelaku usaha UMKM dalam hal memasarkan produknya secara online (go online) sehingga diharapkan meningkatkan hasil omzet penjualan dan melancarkan dalam distribusi barang.

Daftar Pustaka

Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *JURNAL BRAND*, 2(1), 123–130. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>
 Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 The Survival Strategy Of Smes During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1), 89–98. <http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae>

- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Purwana, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPENGABDIANM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpengabdianm.001.1.01>
- Wulandari, S. N. (2020). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Pelaksanaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Provinsi Kepulauan Riau. *Jurnal BENING Prodi Manajemen Universitas Riau Kepulauan Batam*, 7(2), 165–177. https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/beningjournal/article/view/2711/pdf_1