

Kiat Menghadapi Peluang Di Era Adaptasi Kebiasaan Baru Pelaku Bisnis UMKM Di Daerah Binalontar

Dhanny Permatasari Putri

Universitas Mercu Buana

E-mail: Dhanny.permatasari@mercubuana.ac.id

Article History:

Received: 03-08-2022

Revised: 06-08-2022

Accepted: 12-08-2022

Abstract:

Ditengah pandemic COVID-19, banyak berdampak bagi pendapatan pada penjualan pelaku UMKM. Adanya permasalahan mitra seperti berkurangnya pendapatan menjadi dasar untuk mengadakan PKM ini. Setelah ditelusuri lebih lanjut ternyata mereka kurang memahami bagaimana menggunakan teknologi yang berguna bagi peningkatan penjualan. Untuk itu perlu diadakannya penyuluhan/bimbingan agar pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi yang ada sekarang ini untuk meningkatkan penjualan mereka. Langkah yang dilakukan untuk memecahkan permasalahannya adalah dengan memberikan materi tentang cara meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan teknologi, memberi tahu aplikasi dan media sosial yang bisa digunakan untuk berjualan online dan memberikan informasi cara memasarkan online dan bagaimana memelihara dan mengurus kegiatan berjualan online agar tetap menghasilkan. Oleh sebab itu tujuan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat tentang meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang memanfaatkan penggunaan teknologi untuk para pelaku UMKM guna meningkatkan penjualan para pelaku UMKM. Setelah diadakan PKM ini, penulis mensurvey dan mendapatkan data secara random dari peserta yang mengikuti bahwa sudah bisa menggabungkan penjualan offline dan online dan juga sudah mulai ada peningkatan dalam penjualannya.

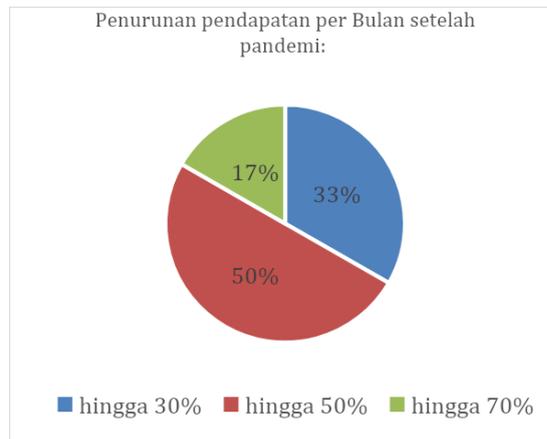
Keywords: 3-6 word

UMKM, Pemasaran, Covid19, Online

Pendahuluan

Dampak dari wabah Covid-19 membawa dampak bagi berbagai kegiatan aktivitas manusia di berbagai belahan dunia, tak terkecuali di Indonesia. Dampak seperti merubah cara pandang dalam menjaga kesehatan diri dan keluarga, berolahraga, mengkonsumsi makanan yang bersih, aman dan sehat juga menerapkan protocol kesehatan. Perasaan takut timbul akan tertular virus covid 19 ketika harus beraktivitas seperti sebelum terjadi wabah Covid 19 banyak dialami oleh masyarakat, termasuk dalam membeli makanan di luar rumah. Hal ini

membawa dampak juga bagi pelaku UMKM, dimana akibat pandemic mengurangi pendapatan bulanan mereka. Data didapat dari pertanyaan yang diajukan kepada pelaku UMKM tersebut adalah pengurangan pendapatan para pelaku UMKM menurun berkisar diantara 30% hingga 70%.



Gambar 1. Penurunan Pendapatan per Bulan setelah Pandemi

Dalam kegiatan PKM ini penulis memberikan penyuluhan berupa kiat-kiat dalam menyiasati adaptasi kebiasaan baru di era pandemi dan sesudah pandemi bagi pelaku bisnis UMKM di sekitar Jalan Bina Lontar Raya Kelurahan Jati Cempaka Bekasi. Berdasarkan diskusi dan observasi dengan pelaku UMKM di wilayah tersebut, permasalahan yang dialami bagi pelaku UMKM adalah menurunnya pendapatan para pelaku UMKM karena adanya aturan-aturan yang harus dipatuhi terkait protokol Kesehatan seperti dimana tidak boleh makan ditempat atau ketika aturan dilonggarkan levelnya boleh makan ditempat tapi hanya 50% saja, dengan kata lain tidak boleh terlalu penuh dan harus menjaga jarak antar meja/ tempat duduk antar pelanggan yang makan di tempat juga mematuhi protocol kesehatan.

Kegiatan PKM ini dimaksudkan untuk membantu permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dengan memberikan wawasan dan informasi mengenai kiat-kiat sebagai alternatif menghadapi permasalahan yang dihadapi, yaitu dengan menggabungkan cara penjualan *offline* dan *online*.



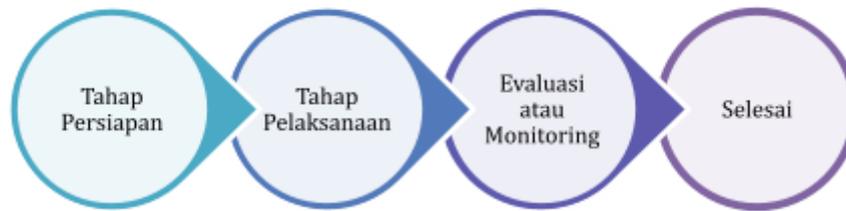
Gambar 2. Diagram alur sederhana pemecahan masalah pelaku UMKM

Metode

Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Tahapan persiapan - (1) Melakukan koordinasi dengan pelaku UMKM di sekitar wilayah target PKM. Para pelaku UMKM di sekitar wilayah Bina Lontar Raya ada kurang lebih 25 pelaku UMKM; (2) Melakukan diskusi dan observasi awal dengan para pelaku UMKM di sekitar wilayah target PKM, untuk mendapatkan permasalahan yang dihadapi; (3) Mendata peserta yang akan diundang dalam penyuluhan secara daring; (4) Melakukan koordinasi dengan koordinator peserta; (5) Memberi pengetahuan dasar cara menggunakan meeting online dengan aplikasi dan apabila ada kendala.
2. Tahap pelaksanaan - (1) Memberikan informasi dan pengetahuan umum; (2) Pemberian materi mengenai materi penyuluhan dan pengetahuan secara daring; (3) Sesi tanya jawab serta mengulas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Jalan Bina Lontar; (4) Melakukan diskusi
3. Evaluasi atau monitoring - Melihat kemajuan dari Tim UMKM yang mengikuti acara

Berikut tahapannya dalam bentuk diagram:



Gambar 3. Metode Pelaksanaan PKM

Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung dengan daring menggunakan aplikasi meeting online yang ada. Kegiatan berlangsung dalam tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Setelah menyepakati jadwal, maka pelaksanaan penyuluhan pengabdian masyarakat pada pelaku UMKM dilaksanakan secara daring pada hari Jumat 1 April 2022 dari jam 8.00 WIB hingga selesai sebelum sholat jumat. Materi yang diberikan berupa penjelasan tentang kendala pada bisnis offline pada saat pandemi dan bagaimana menyiasatinya dengan menggabungkan dengan penjualan online. Kegiatan PKM ini diikuti oleh beberapa pelaku UMKM di sekitar wilayah Jalan Bina Lontar Raya.

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan maka didapatkan hasil penyelesaian permasalahan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil solusi permasalahan

Permasalahan	Solusi	Keterangan
Pengenalan umum tentang menjual secara online	Diberikan informasi media dan aplikasi apa saja yang bisa digunakan untuk penjualan online	Para pelaku UMKM diharapkan dapat mengerti bagaimana menggabungkan bisnis offline dan online di era pandemic kebiasaan baru
Kurangnya pengetahuan tentang teknologi informasi	Diberikan informasi bagaimana cara menggunakan aplikasi dan media sosial untuk sarana penjualan	Diharapkan para pelaku UMKM dapat mulai menggunakan dan memaksimalkan aplikasi penjualan online

Tidak mengetahui bagaimana memasarkan jualan secara online

Memberikan informasi cara memasarkan online dan bagaimana memelihara dan mengurus kegiatan berjualan online agar tetap menghasilkan

Diharapkan para pelaku UMKM mengetahui cara memelihara kegiatan berjualan online nya

Berikut proses pelaksanaan Pengabdian Masyarakat secara daring



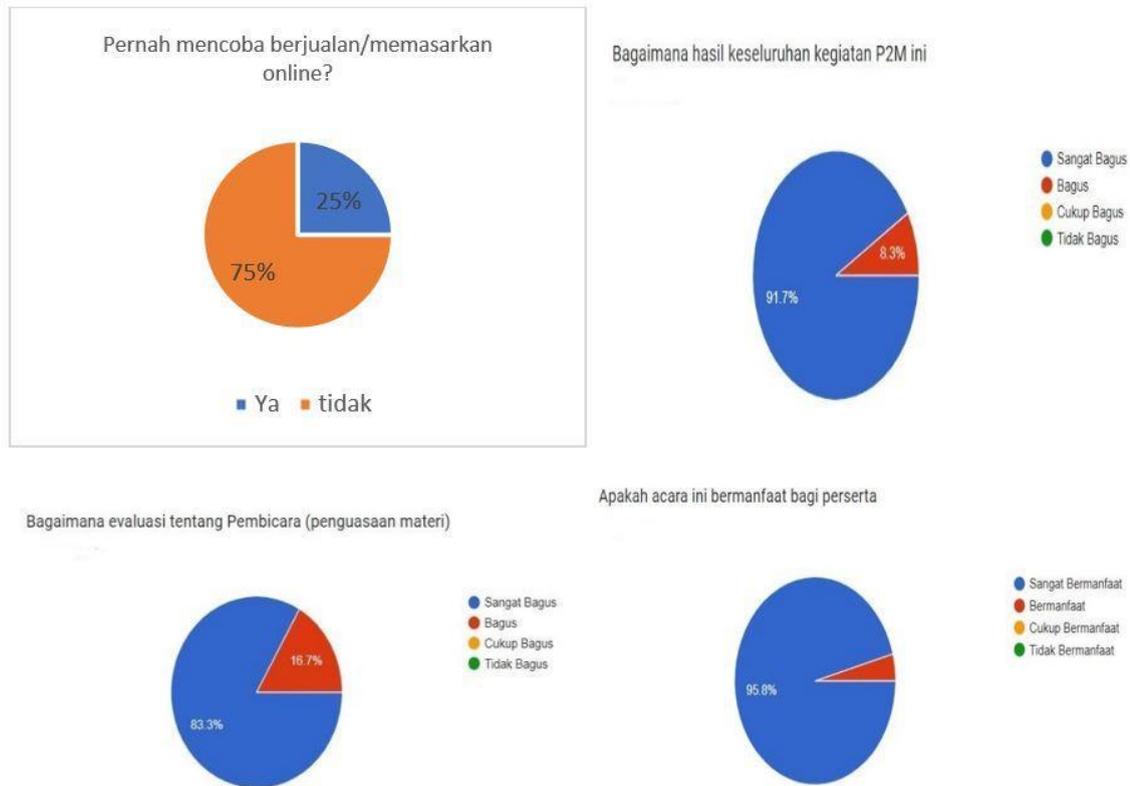
Gambar 4. Pelaksanaan PKM

Berikut pertanyaan yang diajukan untuk proses evaluasi

Tabel 2. Pertanyaan yang diajukan untuk evaluasi

Kode	Pertanyaan
Q1	Apakah Pekerjaan/ Usaha/ Jenis Usaha yang dijalani
Q2	Jenis Kelamin
Q3	Usia
Q4	Berapakah Pendapatan per bulan sebelum pandemi?
Q5	Berapakah Jumlah Karyawan?
Q6	Pernah mendapatkan pembinaan UMKM dari pemerintah?
Q7	Pernah mencoba berjualan/memasarkan online?
Q8	Bagaimana hasil keseluruhan kegiatan P2M ini?
Q9	Bagaimana evaluasi tentang Pembicara (penguasaan materi)?
Q10	Bagaimana evaluasi tentang Pembicara (penyampaian materi)?
Q11	Bagaimana evaluasi tentang Pembicara (ketepatan dalam menjawab Pertanyaan)?
Q12	Apakah acara ini bermanfaat bagi peserta?

Berikut beberapa hasil evaluasi dalam bentuk diagram



Gambar 5. Hasil Evaluasi PKM

Diskusi

Dengan melakukan pengabdian masyarakat berupa penyuluhan atau memberikan pengetahuan seperti ini dapat dipastikan bahwa kegiatan ini memang dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan para pelaku UMKM dalam memahami cara-cara berjualan online dan bagaimana memasarkannya (Nurani, Eni Widhajati., 2019).

Kegiatan PKM yang diadakan untuk memberikan solusi bagi kendala para pelaku UMKM di wilayah Bina Lontar Raya agar dapat meningkatkan kembali penjualannya di masa setelah pandemi dan era kebiasaan baru. Konsumen saat ini semakin cerdas, teliti dan sadar akan protokol kesehatan juga kebersihan dan kesehatan dari pembelian makanan jadi.

Permasalahan seperti kurangnya pengetahuan tentang berjualan secara online dan kurangnya dalam memahami teknologi juga memanfaatkan teknologi yang sudah ada, membuat para pelaku UMKM ini tidak dapat meningkatkan penjualan mereka. Dengan adanya aktivitas PKM ini membantu dalam pengenalan umum tentang menjual secara online dan membantu para pelaku UMKM dalam memahami juga memanfaatkan teknologi yang ada, sehingga diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM di daerah target dalam meningkatkan penjualan mereka. Untuk permasalahan bagaimana teknik memasarkan secara online, dengan aktivitas pelaksanaan PKM ini dapat membantu peserta dengan memberikan kiat-kiat yang dapat dilakukan bagi pelaku UMKM seperti memanfaatkan digital marketing untuk bisnis yang dilakukan pelaku UMKM. Kiat seperti bagaimana memanfaatkan dan membuat postingan atau konten pada aplikasi sosial media yang dipunyai. Lalu bagaimana agar postingan dan konten yang dibuat berupa informasi yang informatif tapi juga ada unsur kampanye marketing tentang produk yang dijualnya. Disamping itu dengan memberikan panduan bagaimana memanfaatkan aplikasi berbasis penjualan online yang ada yang satu paket dipadupadankan dengan pengantaran dengan ojek online sehingga pelaku UMKM tidak perlu merekrut kurir untuk mengantarkan pesanan. Sehingga permasalahan yang dihadapi dapat diberikan solusi dan dapat dicoba praktekkan nantinya sehingga dapat meningkatkan penjualan mereka.

Setelah satu minggu penulis kembali ke wilayah target PKM dan melihat kemajuan apa yang didapat dari peserta PKM. Dari hasil diskusi didapat data antara lain:

- Para pelaku PKM sudah mulai mencoba menggabungkan cara berjualan online dan offline, sudah mulai bisa memanfaatkan teknologi dan aplikasi yang ada walaupun belum mahir.
- Dengan melakukan penjualan online mereka sudah dapat meningkatkan pendapatan hariannya, walaupun tidak besar baru di kisaran 3% - 7%. Dan mendapatkan pelanggan baru yang memesan di luar wilayah jalan Bina Lontar Raya.

Pelaksanaan PKM ini merupakan sebuah pembelajaran dimana merupakan

suatu proses komunikasi dan diskusi yang baik dalam menyampaikan suatu informasi. Dan para pelaku UMKM yang mengikuti dapat memiliki pengetahuan dan wawasan baru dalam memadukan penjualan offline nya dengan penjualan online guna menghadapi era adaptasi kebiasaan baru di saat pandemi Covid 19 ini. Karena penggunaan teknologi internet dapat meningkatkan transaksi pada bisnis yang menggunakan teknologi informasi. Para pelaku bisnis dan pembeli dapat tetap melakukan aktivitas mereka tanpa takut tertular Covid19 (Estu Maharani, 2022).

Kesimpulan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan para pelaku UMKM di wilayah target PKM ini berjalan dengan lancar, meskipun dilakukan melalui media daring zoom meeting dan terlihat para peserta sangat antusias dalam mendengarkan penyuluhan yang diadakan. Karena sudah diajarkan sebelumnya cara menggunakan aplikasi online tersebut.

Dari hasil evaluasi yang dilakukan setelah akhir acara didapatkan bahwa para peserta sangat terbantu dalam mendapatkan informasi dalam bentuk yang efektif dan memberikan penyegaran dan wawasan baru di bidang teknologi informasi dan kiat-kiat cara pemasaran online untuk menyiasati adaptasi kebiasaan baru karena adanya wabah Covid 19.

Pengakuan/Acknowledgements

Kami mengucapkan banyak terimakasih kepada para pelaku bisnis UMKM di wilayah Jalan Bina Lontar Raya Jati Cempaka Bekasi, atas kerjasamanya dan dukungannya sehingga acara PKM ini berhasil dilaksanakan.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mercu Buana yang mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Daftar Referensi

- Nurani, Eni Widhajati. Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung. *Jurnal Manajemen & Akuntansi*. VOL. 6 NO. 1 (2019). <https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/view/267>
- Asse, R. A. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warung Bakso Mas Cingkrank di Makassar). *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 219–231. <https://doi.org/10.31947/kareba.v7i2.6907>
- Jati, W., & Yuliansyah, H. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1), 127–138. <http://dx.doi.org/10.32493/jpkpk.v1i01.679>
- Wahyudi, H.S., & Sukmasari, M.P. (2014). Teknologi dan kehidupan masyarakat. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 13–24.
- Muhamad Ngafifi,. Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan Fondasi dan Aplikasi Vol 2, No 1* | 33-47 (2014). <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>
- Medina Azizah,. Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Pola Komunikasi. *Jurnal Sosialogi Nusantara Vol6, No.1*, 45-54, (2020). DOI ://doi.org/10.33369/jsn.5.1
- Estu Mahanani. Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cendekia Ilmiah Vol.1, No.2*, Februari 2022. http://repository.upi-yai.ac.id/5774/1/An%20Start%20Pemasaran%20Online_Jurnal%20Cendekia%20Ilmiah_Estu.pdf.
- Estu Mahanani. Marketing Strategy Review: Efforts to Increase Competitiveness in the Online Business Market During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Manajemen dan Perbankan*. E-ISSN: 2746-9948 Volume 8, Edisi 2 (Juni 2021), PP 26-36. <https://journals.stie-yai.ac.id/index.php/JUMPA/article/download/373/311/>.
- Diah Ayu. Strategi Penjualan Online Bagi Pelaku Usaha Pasca Pandemi Covid-19. *Tugas Akhir Teknik Industri* 2020. <http://e-journal.uajy.ac.id/22597/1/1606088431.pdf>.
- C Jatiningrum, Wulandari, R Yuliana. Strategi Pemasaran Media Online Sebagai Media Pendukung UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal eCo-Fin Vol 2 Juni 2020*. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef>.
- W Wicaksono, S Suyatin, P Galih. Meningkatkan Daya Jual Produk Melalui Pemasaran Online Di Masa Pandemi Pada WPI (Wirausaha Pelajar Indonesia) Wilayah Bogor. *Jurnal Pengabdian Dharma Masyarakat FE Univ Pamulang Vol 1, No 3* (2021). DOI:

<http://dx.doi.org/10.32493/jpdm.v1i3.11434>.

D Tsamara, R Tandos. Strategi Bisnis Online Para Pelaku UMKM Industri Makanan Selama Masa Pandemi COVID-19 di Jalan Jatayu. Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan UIN Syarif Hidayatullah. Vol 25, No 2 (2021). DOI: <https://doi.org/10.15408/dakwah.v25i2.20786>.

Wijoyo, Hadion, dan Widiyanti. "Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Pandemi COVID-19". Prosiding Seminar Nasional Kahuripan I Tahun 2020 I. <https://conference.kahuripan.ac.id/index.php/SNapan/article/view/10/9>

Serfiyani, Cita Yustisia, Iswi Hariyani, Serfianto D. Purnomo R. 2013. Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Nurharista, Regina Ayu, Sherine, dan Uun Ralita. "Penerapan Strategi Online Marketing UMKM Pada Era Normal Baru". Jurnal Universitas Tanjungpura. 2020. <http://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2021/01/17.pdf>.

Rapitasari, D. (2016). Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jurnal Cakrawala, 10 (2), 107–112. <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>.

Nofriansyah, D., Jatiningrum, C., Siregar, M., N. H., Novita Butarbutar, Abadi S., Jamaludin, Sudarso, A., Giap, Y C., Harmayani, Jeperson Hutahaean. Bisnis Online: Strategi Dan Peluang Usaha. Penerbit Yayasan Kita Menulis. 2020.