

## **PENGEMBANGAN KEMAMPUAN PELAKU UMKM MELALUI DIGITALISASI DI DESA SEMEN PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**Luluk Fijannah, Zuraidah**

IAIN Kediri  
[fijannahluluk@gmail.com](mailto:fijannahluluk@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Pandemi Covid-19 ini telah menimbulkan dampak berbagai sektor yang termasuk pelaku UMKM yang diantaranya turunya jumlah penjualan. Kegiatan pengabdian pada Masyarakat ini dilakukan untuk memberikan bimbingan terhadap kemampuan pelaku untuk cara pemasaran melalui media sosial, diharapkan kepada para pelaku usaha dapat menentukan jenis media digital yang tepat untuk menentukan produk yang dipasarkan, meningkatkan serta ketarikan masyarakat mengenai produk. Hasil kegiatan dari pengabdian masyarakat ini bahwa bimbingan yang diberikan dampak positif terhadap pelaku usaha dengan adanya pengetahuan cara pemasaran melalui media sosial, peningkatan pengetahuan berbagai media sosial, yang dapat disampaikan adalah adanya kelanjutan terhadap program bimbingan bagi palaku UMKM sehingga dapat menerapkan dan mengelola secara optimal.

**Kata Kunci** : Pengembangan, UMKM, Digitalisasi

### **ABSTRACT**

The Covid-19 pandemic has had an impact on various sectors, including MSME players, including the decline in the number of sales. This community service activity is carried out to provide guidance on the ability of actors to market through social media, it is hoped that business actors can determine the right type of digital media to determine the product to be marketed, increase and increase public interest in the product. The results of this community service activity are that the guidance provided has a positive impact on business actors with knowledge of marketing methods through social media, increased knowledge of various social media, which can be conveyed is the continuation of the guidance program for SMEs so that they can implement and manage optimally.

**Keywords**: Development, SMEs, Digitization

### **PENDAHULUAN**

Disaat pandemi Covid-19 ini memberi dampak terhadap ketidakstabilan ekonomi, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dengan cara umum mayoritas pelaku UMKM telah mengalami penurunan atau bangkrut yang telah diakibatkan pandemi Covid-19. (Sugiarti, Sari & Hadiyat, 2020). Menghadapi hal demikian diperlukan dengan cara pemasaran bagi pelaku UMKM untuk tetap mempertahankan dan dapat mengembangkan bisnisnya dalam ditengah-tengah pandemi covid-19.

Aspek yang utama sangat berdampak terhadap pelaku UMKM yang salah satunya ialah penurunan jumlah penjualan yang membuat kondisi keuangan UMKM menurun, pembatasan kegiatan terhadap UMKM sulit untuk mengembangkan skala usaha jika hanya

**PENGEMBANGAN KEMAMPUAN PELAKU UMKM MELALUI DIGITALISASI DI DESA SEMEN PADA MASA PANDEMI COVID-19**  
**Luluk Fijannah, Zuraidah**

memanfaatkan metode konvensional tersebut. Maka dengan ini pelaku usaha harus lebih menguasai trik pemasaran terhadap masyarakat. merupakan langkah cepat untuk dilakukan oleh para pelaku usaha.

Salah satu langkah yang dilakukannya pelaku UMKM dengan melakukan optimalisasi digital marketing dalam utama sektor peningkatan social media marketing dan pengelolaan website dengan melakukannya digitalisasi pemasaran, pelaku UMKM diharapkan bisa meningkatkan penjualan dan online engagement dalam mengembangkan skala usaha di tengah pandemi Covid-19 ini.

Bahwa ketetapan dalam pemilihan media sosial yang sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada dan sesuai dengan kecenderungan perilaku konsumen dalam media elektronik dengan memberikan opini terhadap calon konsumen untuk melakukan pembelian. Pandemi Covid-19 ini telah membatasi para konsumen untuk membeli secara langsung, pandemi ini menyebabkan banyaknya peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah seperti dilarangnya berkerumun dan adanya PSBB.

Berdasarkan uraian diatas kondisi yang dihadapi dan tujuan serta manfaat kegiatan maka kegiatan ini dilaksanakan dengan judul “Pengembangan Kemampuan Pelaku Umkm Melalui Digitalisasi Di Desa Semen Pada Masa Pandemi Covid-19”.

## **METODE PELAKSANAAN**

Dalam penelitian ini dapat menggunakan metode pendekatan Asset Based Community Developmen (ABCD). ABCD yang merupakan salah satu model penelitian pengembangan dalam masyarakat yang mengutamakan aset yang ada disebuah desa. Kegiatan pengabdian Masyarakat dilakukan dengan cara memberikan bimbingan terhadap palaku toko cara pemasaran di Toko PKK UMKM desa Semen melalui market digital. Langkah-langkah awal yang dilakukan sebagai berikut:

- 1) Menganalisis situasi dalam bentuk kegiatan awal dengan melakukan menganalisis situasi serta pengamatan terhadap UMKM yang terdampak pandemi.
- 2) Mengidentifikasi masalah merupakan permasalahan yang telah dihadapi oleh UMKM dengan kegiatan ataupun aktivitas bisnis selama pandemi. Fungsi utama dalam bisnis yaitu pemasaran, keuangan, produksi dan sumberdaya manusia.
- 3) Menentukan tujuan kerja untuk menentukan yang ingin dicapai dalam perubahan-perubahan yang harus dihasilkan melalui kegiatan ini, dalam tujuan pengabdian ini meningkatkan kembali aktivitas terhadap mitra UMKM yang khususnya penjualan yang mengalami penurunan adanya wabah covid-19.
- 4) Memecahkan masalah terkait dengan bentuk pengabdian terhadap masyarakat.
- 5) Pendekatan sosial yang berupa perlakuan terhadap penjaga toko sebagai subjek kegiatan dikarenakan masalah yang akan dipecahkan adalah masalah yang dihadapi

## PENGEMBANGAN KEMAMPUAN PELAKU UMKM MELALUI DIGITALISASI DI DESA SEMEN PADA MASA PANDEMI COVID-19

Luluk Fijannah, Zuraidah

oleh pemilik toko yang berupa lesunya usaha yang ditandai dengan menurunnya penjualan. Dalam pendekatan terhadap mitra UMKM perencanaan kegiatan melalui pendekatan dalam bentuk wawancara dan berdialog secara langsung.

Mengacu terhadap identifikasi masalah adalah tentang permasalahan cara pemasaran. Menurunnya penjualan dan tidak adanya konsumen sementara mengacu kepada tujuan kerja yang harus meningkatkan kembali aktivitas bisnis melalui alternatif strategi pemasaran.



Gambar 1. Memberikan informasi kepada pelaku UMKM tentang Metode yang dapat di terapkan di masa pandemic

### Metode Wawancara

Metode ini merupakan metode yang dilakukan dengan cara berkomunikasi kepada penjaga toko UMKM untuk menentukan masalah yang telah terjadi saat pandemi covid-19 dan kami memberikan solusi yang dibutuhkan. Dikarenakan pandemi covid-19 ini jadi proses wawancara yang dilakukan secara luring.

Dengan cara metode luring ini maka yang akan bisa dilakukan dengan cara mewawancarai pelaku UMKM, yang akan menjelaskan bahwa di masa pandemi ini pendapatan mengalami penurunan, tetapi akan ada solusi yang akan diterapkan dengan mendaftarkan UMKM-nya ke aplikasi-aplikasi lainnya sehingga pendapatan yang dihasilkan dapat meningkat lagi.



CAPACITAREA, Volume 3 Nomor 1 (2023)  
**PENGEMBANGAN KEMAMPUAN PELAKU UMKM MELALUI DIGITALISASI DI DESA  
SEMEN PADA MASA PANDEMI COVID-19**  
**Luluk Fijannah, Zuraidah**

Gambar 2. Melakukan wawancara secara luring dengan pemilik toko

### **Metode Dokumentasi**

Dalam Metode ini merupakan metode yang saya lakukan dengan cara pemotretan terhadap pemilik toko sebagai objek penelitian dan pemberdayaan masyarakat.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini saya ambil di Desa Semen Kecamatan Semen Kabupaten Kediri. Disini saya membimbing cara pemasaran di UMKM melalui market digital sebagai solusi permasalahan yang ada ditengah pandemi covid-19. Kegiatan ini saya lakukan dengan cara sistematis dan bertahap. Yang terutama pengamatan terhadap UMKM yang terdampak pandemi, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik toko, identifikasi permasalahan yang telah di alami ditoko UMKM.

Dalam hal ini kami melakukan survey terlebih dahulu ke toko UMKM, hal ini merupakan salah satu utama untuk menentukan cara awal ingin mengembangkan pemasaran yang ada ditoko UMKM. Setelah Pembuatan Akun Instagram untuk Ibu Yetik selaku pemegang toko UMKM, Ibu Yetik dapat memasarkan produknya menjadi luas, karena Instagram merupakan tempat media sosial yang sangat tepat untuk menjangkau pemasaran yang lebih besar. Ibu Yetik juga dapat berkomunikasi secara langsung dengan calon pembeli yang ingin membeli salah satu produknya yang ada di Toko UMKM.

Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini saya ambil di Desa Semen Kecamatan Semen Kabupaten Kediri. Disini saya membimbing cara pemasaran di UMKM melalui market digital sebagai solusi permasalahan yang ada ditengah pandemi covid-19. Kegiatan ini saya lakukan dengan cara sistematis dan bertahap. Yang terutama pengamatan terhadap UMKM yang terdampak pandemi, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik toko, identifikasi permasalahan yang telah di alami ditoko UMKM. Dalam hal ini kami melakukan survey terlebih dahulu ke toko UMKM, hal ini merupakan salah satu utama untuk menentukan cara awal ingin mengembangkan pemasaran yang ada ditoko UMKM.

Setelah Pembuatan Akun Instagram untuk Ibu Yetik selaku pemegang toko UMKM, Ibu Yetik dapat memasarkan produknya menjadi luas, karena Instagram merupakan tempat media sosial yang sangat tepat untuk menjangkau pemasaran yang lebih besar. Ibu Yetik juga dapat berkomunikasi secara langsung dengan calon pembeli yang ingin membeli salah satu produknya yang ada di Toko UMKM.

### **KESIMPULAN**

**PENGEMBANGAN KEMAMPUAN PELAKU UMKM MELALUI DIGITALISASI DI DESA SEMEN PADA MASA PANDEMI COVID-19**  
**Luluk Fijannah, Zuraidah**

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang salah satunya dari program kerja KKN-DR bahwasanya pemilik toko sangat berterimakasih telah sudah membimbing cara pemasaran dan sudah membuatkan akun sosmed yaitu Instagram. Mulai dari pengenalan market digital, sampai akhir cara pengambilan gambar sebelum dishare ke sosial media dan serta pemasaran. Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Semen Kecamatan Semen Kabupaten Kediri dalam memasarkan produk di toko UMKM. Hasil dari pemasaran toko UMKM sangat menambah pemasukan di toko yang sedang ditengah krisisnya pendapatan dimasa pandemi Covid-19.

**REFERENSI**

- Aldi, M Kwartono. 2007. Analisis Usaha Kecil dan Menengah. Yogyakarta: Andi Offset
- Arianto, Bambang. 2020. Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Administrasi Bisnis, 235
- Moriansyah, La. 2015. Pemasaran melalui media sosial. Jurnal penelitian komunikasi dan opini publik vol 19 No.3
- Raharja, S.J dan Adipriyadi. 2020. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM dikota Bandung.
- Suswanto, P dan Setiawati,S.D. 2020. Membangun Strategi Komunikasi Pemasaran dalam membangun Positioning ditengah pandemi covid-19 di Indonesia. Lini Masa: Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(2), 16-29
- Purwana, D. Rahmi,R & Aditya. 2017. Pemanfaatan Digital Makerting Bagi Usaha Mikro,Kecil dan Menengah (UMKM) di kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM). 1-17Budidaya Tanaman Obat Keluarga Dipekarangan. Adiwidya. Vol (2):185-190.
- Permatasari, P., Hardy, R.F. 2019. Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Cinere Dalam Penanaman Dan Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga. Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia. Vol (2):129-134.
- Rahmawati, Alifariki, O.I., Haryati, Sukurni. 2020. Peningkatan Kemampuan Berkemih Melalui Senam Kegel Bagi Lansia Di Loka Rehabilitasi Sosial Lanjut Usia Minaula Kendari. Journal Of Comminity Engagement In Health. Vol (3):50-54.