



Strategi Pengembangan Usaha UMKM melalui Digital Marketing di MASA Pandemi Covid-19 Desa Ciseeng, Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor

Agus Supriatna¹, Suharni Rahayu², Ninik Anggraini³

^{1,2,3}Universitas Pamulang

Email: dosen01837@unpam.ac.id¹, dosen0000@unpam.ac.id², dosen00976@unpam.ac.id³

Kata kunci:	Abstrak
UMKM Dan Digital Marketing	Program pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku usaha kecil menengah Desa Ciseeng, Kec Ciseeng, Kab Bogor. Dimasa pandemic Covid 19, Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk menanamkan semangat berwirausaha kepada masyarakat yang berdomisili di sekitar bogor . Kegiatan ini dilakukan secara offline dengan mengadakan kegiatan mengedukasi para wirausaha untuk menggunakan media digital dimasa pandemi dalam rangka memudahkan berwirausaha menggunakan media digital. Hasil dari kegiatan ini mendorong masyarakat kecil, menengah, dan mikro untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha dimasa pandemi. Metode kegiatan yang digunakan adalah bekerjasama dengan warga Desa Ciseeng, Kec Ciseeng, Kab Bogor dengan menganalisis permasalahan yang ada di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dalam memotivasi melatih UMKM Desa Ciseeng, Kec Ciseeng, Kab Bogor. Setelah di analisis maka kami memberikan pelatihan dalam bentuk materi dan praktek yang bertujuan mengembangkan kemampuan untuk meningkatkan produktivitas bagi warga Desa Ciseeng, Kec Ciseeng, Kab Bogor Solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memberikan penyuluhan atau pelatihan yang perlu di lakukan secara berkelanjutan sehingga dapat memberi mereka bekal dalam menghadapi covid-19, di samping itu memberi mereka pengetahuan pentingnya memanfaatkan teknologi dan informasi selama covid-19 .

Pendahuluan

UKM memiliki peranan sebagai penunjang bagi perekonomian secara mikro ketika usaha yang berskala besar cenderung memiliki kinerja yang kurang baik. UKM juga memanfaatkan berbagai Sumber Daya Alam yang berpotensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. UKM dapat membantu mengolah Sumber Daya Alam yang ada di setiap daerah. Hal ini berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. Juga agar kita dapat mengetahui berapa besar keuntungan yang diperoleh apabila kita membuka sebuah usaha kecil dan menengah, dan kita dapat mengetahui cara mengelola usaha kecil dan menengah dengan baik, sehingga memperoleh laba yang cukup besar. Untuk membangun sebuah usaha awal Pandemi global Covid-19 yang mewabah di semua negara dunia telah banyak mempengaruhi semua sektor kehidupan masyarakat. Di Indonesia,

hampir semua sektor mengalami dampak terutama ekosistem ekonomi yang selama ini telah menjadi tumpuan masyarakat. Lebih lanjut, pandemi Covid-19 telah membuat terjadinya pelambatan sektor ekonomi di Indonesia dengan berbagai turunannya. Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah yang merupakan bagian terpenting dari sektor ekonomi sangat merasakan dampaknya. Media sosial dan market place (perantara) dapat menjadi sebuah konsep untuk mempermudah pelaku UMKM mendapatkan akses pemasaran yang lebih luas (Purnomo, 2019). Perlu diketahui bahwa UMKM di Indonesia telah menjadi pilar terpenting bagi ekosistem ekonomi. Apalagi diketahui bahwa 99% pelaku usaha di Indonesia adalah sektor UMKM. Peran UMKM ini telah berkontribusi 60% terhadap produk domestik bruto nasional dan 97% terhadap penyerapan tenaga kerja yang terdampak pandemi. Sedangkan dari UMKM yang ada saat ini ternyata baru 16 persen yang telah masuk dalam ekosistem ekonomi digital.

Metode

Metode kegiatan pada Pengabdian Kepada Masyarakat ini di mulai dengan ceramah dan diskusi dilakukan sebelum kegiatan akan dimulai, sehingga ada koordinasi antara tim pengabdian dengan mitra,

Tempat dan Waktu Penelitian

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada tanggal 05-06 nOVEMber 2022. Adapun tempat, waktu dan peserta pelaksanaan adalah sebagai berikut:

Tempat : Ruang serba guna Kampung Cibogo, RT/RW 004/003 Desa Ciseeng,
Kecamatan Ciseeng-Bogor.
Waktu : 09.00 -11.30 WIB
Peserta : 21 Orang

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah bekerjasama dengan Warga ciseeng Bogordan mencari permasalahan yang ada di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dalam memotivasi sebagai UKM Warga ciseeng Bogor Setelah di analisis maka kami memberikan pelatihan dalam bentuk materi dan praktek dalam mengembangkan kemampuan manajerial kepada para anggota UKM Warga ciseeng Bogor.

Tahap-tahap dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian sebagai berikut:

- a. Melakukan survei lokasi yang menjadi obyek PKM yaitu pada pelaku usaha UMKM Warga ciseeng Bogor.
- b. Melakukan wawancara awal secara mendalam (indepth interview) dengan Warga ciseeng Bogortentang rencana pelaksanaan kegiatan PKM.
- c. Warga ciseeng Bogormenentukan waktu, tempat dan calon peserta untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan kemudian membagikan undangan kepada pelaku usaha UMKM telur asin untuk hadir mengikutinya.

Kesimpulan

Adapun Kesimpulan yang dapat kita tarik dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Universitas Pamulang yang dilakukan oleh kelompok kami telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu UMKM yang terletak di Bogor. Harapan kami dengan adanya pengabdian ini dapat membantu banyak UMKM lainnya dalam menganalisis penggunaan media digital. Materi yang kami sampaikan yaitu bagaimana cara untuk berinovasi dan melakukan strategi marketing melalui media digital atau daring. Dalam laporan kegiatan ini mungkin banyak kekurangan yang ada, untuk itu kami berharap masukan dan kritikan dalam rangka perbaikan untuk kegiatan-kegiatan pengabdian masyarakat di masa yang akan datang. Semoga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar lingkungan Universitas Pamulang. Pada akhirnya, kami mengucapkan terima kasih kepada

seluruh pihak yang telah mendukung kegiatan yang kami laksanakan dan kami mohon maaf apabila dalam laporan ini banyak ditemukan kekurangan.

Daftar Pustaka

- Contoh Laporan Akhir Pengabdian Kepada Masyarakat PKM Unpam
<http://manajemen.unpam.ac.id/format-laporan-pkm-mahasiswa-prodi-manajemen-s-1-universitas-pamulang/> (diakses pada 1 Agustus 2021 pukul 10.00 WIB)
- Muhammad, Sy. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. NU Online. <https://www.nu.or.id/post/read/123247/dampak-pandemi-Covid-19-terhadap-umkm-di-indonesia> (diakses pada 30 Desember 2020)
- Yacub, R. dan Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness pada E-Commerce. *Manajerial : Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 12(2), hal 198-209
- Sari, R., Suryani, N. L., Setiawan, R., Darmadi, & Susanto, N. (2020). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produktivitas Pada Ukm Kelurahan Pagedangan Kabupaten Tangerang-Banten Ratna. *Dedikasi Pkm Unpam*, 1(3), 93–97.
- Solihin, D., Susanto, N., Setiawan, R., Ahyani, & Darmadi. (2020). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Kelurahan Paninggilan Utara Ciledug. *Abdi Laksana Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 No. 3(September), 351–355.
- Suryani, N. L., Sari, R., Setiawan, R., Susanto, N., & Pamulang, U. (2021). *Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang*. 2(2), 2018–2021.
- .