

## **PENYULUHAN PELUANG BISNIS DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM DI MASA COVID-19 DI PERMATA HILLS RESIDENCE RAWAKALONG**

### **EXPLANATION OF BUSINESS OPPORTUNITIES AND MSME PRODUCT MARKETING STRATEGIES IN THE TIME OF COVID-19 AT PERMATA HILLS RESIDENCE RAWAKALONG**

Elizabeth Tika<sup>1)</sup>, Pusporini Palupi Jamaludin<sup>2)</sup>, Paeno<sup>3)</sup>, Laura Komala<sup>4)</sup>, Paringsih<sup>5)</sup>

<sup>1,2,3,4,5)</sup> Universitas Pamulang

dosen01503@unpam.ac.id, dosen01399@unpam.ac.id, dosen01362@unpam.ac.id  
dosen01013@unpam.ac.id, ningbawuk1965@gmail.com

#### **ABSTRAK**

Tujuan dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah untuk melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dilaksanakan oleh dosen dan juga mahasiswa Universitas Pamulang. Dalam Pengabdian kepada masyarakat diharapkan keberadaan perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi kepada pengembangan penerapan keilmuan kepada masyarakat. Metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini menyampaikan materi secara verbal dalam pelaksanaan ini materi dengan melakukan penyuluhan edukasi mencakup warga perumahan Permata Hills Residence Rawakalong dalam menangkap peluang bisnis dan melakukan strategi pemasaran dimasa covid-19 agar tetap mempertahankan usahanya dan mengembangkan bisnisnya. Hasil pengabdian masyarakat yang diperoleh adalah warga perumahan Permata Hills Residence Rawakalong mengetahui apa yang harus dilakukan UMKM disaat masa pandemic covid-19 apakah harus menutup usahanya atau mengganti usaha dalam bentuk lain. Menangkap peluang bisnis dan menerapkan strategi marketing baru salah satunya dengan diversifikasi produk dan melakukan pemasaran secara online. Ilmu yang diperoleh pada pengabdian masyarakat ini harapannya mampu memberikan pengertian kepada warga perumahan Permata Hills Residence Rawakalong pentingnya mencari peluang - peluang baru dalam bisnis usaha masa covid-19 dan menawarkan produk-produk yang dibutuhkan konsumen dengan harga terjangkau dan mudah didapatkan.

*Kata Kunci: peluang bisnis, strategi pemasaran produk,UMKM, Covid 19.*

#### **ABSTRACT**

*The purpose of Community Service Activities is to carry out one of the Tri Dharma of Higher Education which is carried out by lecturers and also students of Pamulang University. In community service, it is hoped that the existence of universities can contribute to the development of scientific application to the community. The method used in this community service is to deliver material verbally in this implementation by conducting educational outreach including residents of the Permata Hills Residence Rawakalong housing estate in capturing business opportunities and carrying out marketing strategies during the Covid-19 period in order to maintain their business and develop their business. The result of community service obtained is that the residents of the Permata Hills Residence Rawakalong know what MSMEs must do during the COVID-19 pandemic, whether to close their business or replace their business in another form. Capture business opportunities and implement new marketing strategies, one of which is product diversification and online marketing. The knowledge gained in community service is expected to be able to provide understanding to the residents of Permata Hills Residence Rawakalong the importance of looking for new opportunities in business during the COVID-19 period and offering products needed by consumers at affordable and easily available prices.*

*Keywords: business opportunity, product marketing strategy, SMEs, Covid 19*

#### **PENDAHULUAN**

Pandemi COVID-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat, tetapi juga memengaruhi kondisi perekonomian, pendidikan, dan kehidupan sosial masyarakat Indonesia.

Berdasarkan data Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), jumlah pasien positif terinfeksi COVID-19 di Indonesia mencapai 6.575 orang per 19 April 2020. Pandemi ini menyebabkan beberapa pemerintah daerah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berimplikasi terhadap pembatasan aktivitas masyarakat, termasuk aktivitas ekonomi, aktivitas pendidikan, dan aktivitas sosial lainnya. (Bender, 2020).

Keputusan pemerintah yang menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah sejak April 2020 berdampak luas dalam proses produksi, distribusi, dan kegiatan operasional lainnya yang pada akhirnya mengganggu kinerja perekonomian. Triwulan II merupakan puncak dari semua kelesuan ekonomi karena hampir seluruh sektor usaha ditutup untuk mencegah penyebaran virus SARS-CoV-2 penyebab Covid-19. Bagaimana strategi marketing pemasaran di masa pandemi, strategi pemasaran ditengah wabah covid-19 atau strategi pemasaran produk di saat pandemi wabah covid-19 yang efektif? Adanya batasan keluar rumah dan karantina membuat pelanggan semakin terasing. Karena itu Anda memerlukan analisis peluang bisnis dan strategi pemasaran ditengah wabah covid-19 yang tepat untuk suatu produk. Krisis yang sedang berlangsung menekan para pebisnis UMKM untuk terus bertahan, sehingga perlu adanya strategi pemasaran produk UMKM yang baru dan efektif.

Dengan demikian, para pebisnis saat ini dituntut untuk lebih mengetahui peluang usaha yang akan dilakukan, meningkatkan kreatifitas produk yang dijual, dan strategi apa yang harus dijalankan untuk mempertahankan usahanya dimasa covid-19 (Munadi, 2016). Warga perumahan Permata Hills Residence Rawakalong rata-rata memiliki usaha produk UMKM seperti food and Beverage, Mom & Kid Fashion Household, Kid Toys, Baby Equipment, dan Snack. Peluang bisnis tersebut dapat bertahan dikarenakan kebutuhan seperti makanan dan pakaian menjadi kebutuhan pokok masyarakat sekitar sehingga produk-produk yang dipasarkan ke warga sekitar perumahan dapat bermanfaat bagi warga dalam memenuhi kebutuhannya. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan diantaranya dengan BAZAR di area Perumahan Permata Hills Residence Rawakalong.

## **BAHAN DAN METODE**

Penyuluhan dilakukan secara online dengan aplikasi Zoom terhadap warga Perumahan Permata Hills Residence Rawakalong, kami dari Tim Program Pengabdian Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang (UNPAM) yang berjumlah 4 dosen dan 5 mahasiswa terpanggil untuk memberikan penyuluhan Warga Perumahan Permata Hills Residence Rawakalong, Memberikan penyuluhan mengenai peluang usaha yang dapat diambil dalam masa Covid -19 dan bagaimana menentukan strategi baru yang tepat dalam memasarkan produk atau jasa kepada konsumen sehingga efektif dan dapat mempertahankan usahanya dan menciptakan kreatifitas dalam penjualan. Dalam pembahasan strategi pemasaran yaitu dengan:

1. Bangun tim yang solid dan beradaptasi secepat mungkin dengan kebiasaan baru
2. Buat strategi dengan tim untuk menghindari resiko
3. Ciptakan kebersamaan dan kepercayaan. Kerjakan semua secara efisien
4. Menentukan peran masing masing seefisien mungkin
5. Kurangi pengeluaran yang tidak perlu.



Gambar 1. Penyuluhan via gmeet



Gambar 2. Bentuk implementasi setelah penyuluhan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang dilaksanakan untuk warga Perumahan Permata Hills Residence Rawakalong adalah kegiatan untuk memberikan penyuluhan mengenai potensi peluang bisnis apa saja yang dapat dilakukan dan strategi pemasaran baru pada masa Covid-19. Warga mendapatkan gambaran di era Covid-19 dan antusias dalam mengikuti penyuluhan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut.

Dengan penyuluhan yang telah dilaksanakan maka warga Perumahan Permata Hills Residence Rawakalong dapat melaksanakan Bazar yang dilaksanakan pada tanggal 26 Desember 2021 untuk warga sekitar. Dengan demikian maka diharapkan dalam kegiatan ini warga sekitar dapat mengetahui produk-produk yang dijual oleh warga perumahan Permata Hills Residence Rawakalong.

Respon dari warga Perumahan Permata Hills Residence Rawakalong sangat baik mereka sangat terbantu dengan adanya PKM dari para Dosen Manajemen Universitas Pamulang, menambah pemahaman mengenai peluang bisnis dan strategi baru yang dapat diterapkan dalam masa Covid-19 ini.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “Penyuluhan Peluang dan Strategi Pemasaran Produk UMKM di Masa Covid-19 di Permata Hills Residence Rawakalong” secara umum berjalan dengan lancar dan tertib. Warga antusias dalam menyimak pemaparan materi yang diberikan dari Pengabdian Kepada Masyarakat. Hal tersebut dilanjutkan dengan sesi tanya jawab terkait dengan materi tersebut dengan memberikan juga ide-ide pemasaran yang dapat dilakukan yaitu diantaranya dengan Bazar untuk produk mereka.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM merupakan usaha yang memiliki peran yang cukup tinggi terutama negara di Indonesia. Dengan banyaknya jumlah UMKM maka akan semakin banyak penciptaan kesempatan kerja bagi para pengangguran. Selain itu UMKM juga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya didaerah pedesaan dan rumah tangga yang mempunyai pendapatan rendah. Peran UMKM tidak dapat diragukan lagi dalam mendukung peningkatan pendapatan masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bender L. 2020. Pesan dan kegiatan utama pencegahan dan pengendalian COVID-19 di sekolah . Publikasi UNICEF.
- Munadi, Fandi, 2016, “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan kendaraan Bermotor pada CV Turangga Mas Motor”. Jurnal Skripsi.