

## **PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DAN ADAPTASI KEBIASAAN BARU DI TENGAH PANDEMI COVID-19**

**Hani Sri Mulyani\*, Deni Istiono, Melia Wida Rahmayani, Wulan Riyadi, Nita Hernita**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

\*E-mail: hanisrimulyani@unma.ac.id

### **Abstract**

*The decline in people's purchasing power due to the COVID-19 pandemic has an impact on UMKM sales. To increase people's purchasing power in the midst of the COVID-19 pandemic, namely to maximize online sales, it is hoped that UMKM can survive. The problem that arises is that many UMKM, especially in the Kadipaten District, Majalengka Regency, do not understand the importance of digital marketing and the creation of online stores. Many UMKM are still doing traditional marketing. Even though at this time digital marketing is very important for MSME actors for their business continuity. the method that will be carried out on the basis of the problems that arise is by providing training and assistance to MSME actors related to digital marketing and the creation of online stores. The purpose of this community service is for UMKM actors to better understand the current and future impacts, so UMKM actors are expected to be able to take advantage of this good opportunity.*

**Keywords:** Digital Marketing; Online store; Sukahaji District

### **Abstrak**

Penurunan daya beli masyarakat akibat pandemi covid-19 berdampak ke penjualan UMKM. Untuk meningkatkan daya beli masyarakat di tengah pandemi covid-19 yaitu agar memaksimalkan penjualan online diharapkan agar UMKM dapat bertahan. Permasalahan yang muncul yaitu banyak UMKM khususnya di Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka yang belum memahami akan pentingnya digital marketing dan pembuatan toko online. Banyak UMKM yang masih melakukan pemasaran secara tradisional. Padahal saat ini pemasaran digital merupakan hal yang sangat penting bagi para pelaku UMKM untuk kelangsungan usahanya. metode yang akan dilakukan atas dasar permasalahan yang muncul yaitu dengan cara memberikan pelatihan serta pendampingan kepada para pelaku UMKM terkait digital marketing dan pembuatan toko online. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini yaitu agar pelaku UMKM lebih memahami dampak yang terjadi saat ini dan kedepannya, sehingga pelaku UMKM diharapkan mampu memanfaatkan peluang baik ini.

**Kata Kunci:** Digital Marketing; Toko Online; Kecamatan Sukahaji

Submitted: 2022-03-02

Revised: 2022-04-12

Accepted: 2022-04-22

### **Pendahuluan**

Masyarakat Indonesia kini tengah menghadapi pandemi Covid-19 yang berawal dari bulan Maret 2020. Terkait hal tersebut aktivitas masyarakat begitu terbatas, adapun akibat dari pandemi Covid 19 ini membuat masyarakat sangat panik, terutama penurunan ekonomi mereka yang kian harinya memburuk. Pada masa ini masyarakat harus mampu menyesuaikan diri terhadap situasi yang tengah di hadapi agar bisa bertahan hidup, meskipun segala kegiatan harus dilakukan secara online, tetapi inovasi harus terus di kembangkan.

Pelaku UMKM di Jawa Barat mencapai 4,6 juta unit usaha. Dari jumlah tersebut, 98% merupakan usaha mikro dan kecil. Penurunan daya beli masyarakat akibat pandemi covid-19 berdampak ke penjualan usaha mikro kecil dan menengah di Jawa Barat (Republika.co.id). Menurut Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat (KUK Jawa Barat) pendapatan pelaku UMKM menurun drastic hingga 80% saat pandemi covid-19.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan tema Penguatan Ekonomi Masyarakat Dan Adaptasi Kebiasaan Baru Di Tengah Pandemi Covid-19 , guna untuk membantu dan mendampingi salah satunya yaitu UMKM guna untuk menguatkan, meningkatkan dan mengembangkan perekonomian masyarakat khususnya di Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka.

Peningkatan daya beli masyarakat sangat krusial untuk membangkitkan UMKM di tengah pandemi covid-19 ini. Banyak strategi yang sudah pemerintah lakukan baik itu pemerintah daerah maupun pemerintah pusat untuk meningkatkan pendapatan UMKM. Salah satu strategi yang telah disusun oleh pemerintah untuk menyelamatkan dan memulihkan UMKM yaitu mempermudah UMKM mendapatkan bahan baku, fasilitas pembiayaan dan pemasaran.

Hal ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh para pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM diantaranya terkait bidang manajemen keuangan dan pemasaran. Mendapatkan keuntungan yang besar menjadi salah satu tujuan dari UMKM karena dalam menjalankan kegiatan usahanya, pengelolaan keuangan merupakan salah satu ujung tombak keberlangsungan UMKM. Oleh sebab itu, pengelolaan uang yang bijak menjadi hal yang sangat penting untuk kelangsungan usaha. Jika pengelolaan keuangan tidak diatur dengan cermat maka pemasukan dan pengeluaran tidak terlihat pengendaliannya. Manajemen keuangan merupakan suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu usaha. Termasuk kegiatan perencanaan, analisis serta pengendalian terhadap kegiatan keuangan (Risna Maulina, 2019).

Salah satu upaya untuk meningkatkan perekonomian di Desa Sukahaji yaitu membangkitkan UMKM di daerahnya. Hal tersebut dapat diraih dengan cara masyarakat ikut berpartisipasi didalamnya. Untuk mengefektifkan berbagai fungsi dalam manajemen keuangan UMKM, terdapat tugas administrasi yang sebaiknya dilaksanakan oleh para pelaku UMKM. Ketertiban pencatatan administrasi juga sangat bermanfaat sebagai salah satu alat perencanaan pengembangan usaha. Digital Marketing yang saat ini harus diikuti UMKM demi kelangsungan usaha yang terdampak covid 19 agar tetap bertahan. Digital Marketing merupakan suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merk dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi dan relevan. Kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan beberapa media berbasis web (Ridwan Sanjaya, 2004)

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan pelaku UMKM di Desa Sukahaji, beberapa metode yang akan dilakukan atas dasar permasalahan yang muncul yaitu dengan cara memberikan pelatihan serta pendampingan kepada para pelaku UMKM terkait Digital Marketing. Oleh karena itu tim PKM akan mengangkat tema Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul "Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dan Adaptasi Kebiasaan Baru Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka". Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini yaitu agar pelaku UMKM lebih memahami dampak yang terjadi saat ini dan kedepannya, sehingga pelaku UMKM diharapkan mampu memanfaatkan peluang baik ini.

## **Metode**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan berbagai metode agar tepat sasaran. Alur pertama tim PKM yaitu melakukan komunikasi dan koordinasi dengan pihak Desa Sukahaji Kecamatan Sukahaji untuk memperoleh data tentang jumlah peserta yang akan mengikuti kegiatan ini. Sehingga jadwal, tempat dan pola pelatihan serta pendampingan dapat disesuaikan dengan jumlah peserta. Sasaran peserta pada kegiatan PKM ini yaitu masyarakat yang dengan usia produktif kisaran 25 - 35 Tahun. Karena tema yang diambil yaitu tentang "Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dan Adaptasi Kebiasaan Baru Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka". Masyarakat setempat harus cepat tanggap menghadapi permasalahan yang sedang terjadi terkait kelangsungan UMKM dimasa pandemi covid-19 ini.

Pelatihan serta pendampingan tentang Digital Marketing dilaksanakan 2 (dua) kali pertemuan. Materi yang disampaikan tentang Digital Marketing yang akan disampaikan oleh Hani Sri Mulyani, S.E., M.Si., Deni Istiono, S.E., M.M., Wulan Riyadi, S.E., M.Ak., Melia Wida Rahmayani, S.E., M.Ak.

dan Nita Hernita, S.E., M.M. Metode yang disampaikan berupa ceramah dan diskusi serta praktik pembuatan toko online.

Setelah kegiatan ini dilakukan, tim PKM akan melakukan evaluasi sejauh apa dampak perubahan yang terjadi di terkait Digital Marketing yang sudah disampaikan. Dengan cara melakukan survey data ke UMKM yang ada di Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka.

### Hasil dan Pembahasan

Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Majalengka yang berdekatan dengan pusat kota Majalengka. Pembangunan infrastruktur yang didukung dengan kemajuan industri di Kabupaten Majalengka memberikan dampak positif khususnya di bidang ekonomi. Hal ini disambut baik oleh para pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha maupun membuka peluang usaha baru, namun para pelaku UMKM menemukan beberapa permasalahan yang timbul akibat dampak covid-19 terjadinya penurunan pendapatan. Tim PKM dengan Mitra sepakat melaksanakan berbagai pelatihan serta pendampingan yang dilakukan guna membantu masyarakat setempat untuk bisa bersaing dengan perkembangan dunia usaha saat ini. Gambar di bawah ini adalah pelatihan pertama yang tim PKM lakukan.



Gambar 1. Pelatihan *Digital Marketing*

Pelatihan *Digital Marketing* sangat membantu untuk kelangsungan usaha dimasa sekarang ini dampak covid-9 dapat diatasi dengan memaksimalkan penjualan *secara online*. Pelatihan *Digital Marketing* ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam proses memaksimalkan penjualan, mengingat banyak nya para pelaku usaha di kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka.

Pelatihan pembuatan toko *online*. Tujuan pelatihan ini adalah membantu masyarakat dalam hal ini yaitu UMKM untuk dapat tetap *survive* memasarkan produknya meski yang membeli langsung ke toko berkurang. Melalui penjualan *online* hal tersebut dapat diatasi, dan nilai positifnya produk tersebut dapat dikenal orang lebih luas. Pelatihan pembuatan toko *online* diharapkan mampu memberikan kontribusi yang maksimal dalam memaksimalkan penjualan.

Hal tersebut dapat tergambarkan dari antusias para pelaku usaha dalam mengikuti pelatihan. Setelah kegiatan ini selesai banyak masyarakat yang berdiskusi mengenai potensi usaha dan resiko atas unit usaha yang sedang mereka geluti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha tertarik untuk memasarkan produknya secara *online*.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Toko *Online*

Kegiatan TIM PKM yang dilakukan kepada para pelaku UMKM terdampak secara langsung yang saat ini berkembang berupa pendampingan riset produk. Dengan di bekal pengetahuan *digital marketing* serta pembuatan toko *online*, para pelaku usaha juga di bekal dengan pendampingan riset produk guna untuk meningkatkan penjualan.



Gambar 3. Pendampingan Riset Produk

Pemasaran merupakan tombak utama dalam sebuah unit usaha yang mampu mendatangkan keuntungan bagi si pemilik usaha. Oleh karenanya para pelaku usaha harus memahami hal apa saja yang harus di persiapkan sebelum memasarkan suatu produk. Dalam memasarkan produk para pelaku usaha harus memiliki beberapa kriteria yang mampu menarik minat pembeli, diantaranya adalah produk yang memiliki keunikan baik dalam kemasan maupun bahan baku, memiliki harga yang terjangkau serta produk yang banyak dibutuhkan oleh para pembeli.

Dengan memahami kriteria produk yang akan kita pasarkan, para pelaku usaha tentu akan melakukan inovasi produk maupun dan riset kecil kecilan (untuk mengetahui pangsa pasar atau peminat suatu produk) dalam menentukan produk yang akan diperjual belikan, sehingga para pelaku usaha mampu mempersiapkan dengan mata produk yang akan diperjualbelikan serta melaukan pemasaran sesuai dengan sasaran.

### **Kesimpulan**

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan 2 (dua) kali pertemuan. Materi yang disampaikan diantaranya yaitu penjelasan terhadap *digital marketing* dan pembuatan toko *online* beserta riset produknya. Dengan kegiatan ini diharapkan UMKM yang ada di Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka lebih memahami dampak yang terjadi saat ini dan kedepannya, sehingga para pelaku UMKM mampu memanfaatkan peluang baik ini sebagai sarana untuk meningkatkan

daya beli masyarakat sendiri melalui pengembangan UMKM agar dapat bertahan dimasa pandemi ini.

### **Daftar Pustaka**

Ridwan, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. [Redco.co.id](http://Redco.co.id) Di akses 2 Maret 2022

Risna, M. (2019). *Strategi Manajemen Keuangan Praktis bagi UMKM*. [www.jurnal.id](http://www.jurnal.id)

[Suara Cirebon](http://SuaraCirebon.com). (2021). *UMKM Majalengka*. Di akses 26 Februari 2021.