

PELATIHAN PENJUALAN MENGGUNAKAN *E-COMMERCE* DALAM SITUASI PANDEMI COVID-19 DI UMKM KELURAHAN SUKAJAYA

Andini Utari Putri¹

Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri
email: andini@uigm.ac.id

Vhika Meiriasari²

Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri
email: v hikams@uigm.ac.id

Faradillah Hakim³

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Indo Global Mandiri
email: faradillah.hakim@uigm.ac.id

ABSTRACT

The existence of e-commerce is very helpful in terms of sales and also facilitates purchase transactions against sellers considering this impossible situation. People must also be smart in using information technology in order to survive or rise from the difficulties they face. Sales also increased with the e-commerce of several available applications. This community service activity aims to provide training on sales using e-commerce in order to increase sales during the current COVID-19 pandemic. This activity is aimed at MSMEs in the Sukajaya Village area, a maximum of 15 participants. However, those who are willing to join are only 12 participants for a period of more than 1 month to provide training and then evaluate the progress in the training which has been given for 2 visits (31 August-28 September 2021). The visit was in the form of providing training materials which were given 2 times. The main obstacle is the limited knowledge of participants for some participants regarding the usefulness of e-commerce and its application. The results of this activity after being given training they are interested in using e-commerce as a tool for them to promote sales and also help them increase sales by using e-commerce where in the Covid-19 Pandemic Situation in MSMEs in the Sukajaya Village Area, where participants who took part in the activities have been able to make their sales even better by increasing their offline and online selling performance. That the 12 participants who have MSMEs in the food sector have registered their MSMEs with Grab and Gojek to be able to help make their sales easy to reach. And it turns out that their sales have increased slightly with the help of Grabfood and Gofood.

Keywords : Sales, E-Commerce, Covid-19 Pandemic

ABSTRAK

Dengan adanya e-commerce sangat membantu dalam hal penjualan dan juga mempermudah transaksi pembelian terhadap penjual mengingat situasi yang tidak memungkinkan ini. Masyarakat juga harus cerdas dalam menggunakan teknologi informasi agar dapat bertahan atau bangkit dari kesulitan yang dihadapinya. Penjualan juga meningkat dengan adanya e-commerce dari beberapa aplikasi yang tersedia. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan mengenai penjualan dengan menggunakan e-commerce guna dapat meningkatkan penjualan pada masa pandemi covid-19 seperti saat ini. Kegiatan ini ditujukan kepada para UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Sukajaya maksimal 15

peserta. Akan tetapi yang bersedia untuk bergabung hanyalah 12 orang peserta selama kurun waktu 1 bulan lebih untuk diberikannya pelatihan lalu di evaluasi perkembangan dalam pelatihan yang telah diberikan sebanyak 2 kali kunjungan (31 Agustus-28 September 2021). Kunjungan berupa pemberian materi pelatihan yang berikan sebanyak 2 kali. Kendala utama yaitu keterbatasan pengetahuan peserta untuk beberapa peserta mengenai kegunaan e-commerce dan pengaplikasiannya. Hasil dari kegiatan ini setelah diberikan pelatihan mereka tertarik menggunakan e-commerce sebagai alat bantu mereka mempromosikan penjualan dan juga membantu mereka meningkatkan penjualan dengan cara menggunakan e-commerce dimana dalam Situasi Pandemi Covid-19 Di UMKM Wilayah Kelurahan Sukajaya, dimana peserta – peserta yang mengikuti kegiatan telah mampu melakukan penjualan mereka lebih baik lagi dengan menambah performa berjualan offline dan online. Bahwa peserta sebanyak 12 orang tersebut yang memiliki UMKM di bidang makanan sudah mendaftarkan UMKM mereka ke Grab dan Gojek untuk dapat membantu penjualan mereka untuk mudah dijangkau. Dan ternyata penjualan mereka pun sedikit meningkat dengan menggunakan bantuan Grabfood dan Gofood.

Kata Kunci : *Penjualan, E-commerce, Covid-19*

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini Indonesia sedang mengalami krisis dalam menghadapi pandemi Covid-19 dimana menjadi suatu permasalahan yang sangatlah serius dalam menghadapi wabah seperti ini. Bukan hanya di Indonesia. Akan tetapi permasalahan virus Covid-19 sudah menjadi wabah yang menyebar keseluruh penjuru dunia. Dalam munculnya pandemic Covid-19 di Indonesia, sangatlah mengganggu Kesehatan bagi warga negara Indonesia. Bahkan juga sangat mengganggu pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia. Dimana pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan dalam aktivitas ekonomi di tengah masyarakat dalam pandemic tersebut. Terganggunya pertumbuhan ekonomi, banyak sekali yang berdampak yaitu seperti sector pariwisata, industri dan juga perdagangan maupun terhadap sektor pelaku usaha.

Banyak sekali permasalahan yang muncul di dalam suatu perusahaan, dengan adanya pandemic Covid-19 di Indonesia, para karyawan dalam perusahaan swasta begitu banyak yang terkena pemutusan hubungan kerja yang diakibatkan oleh menurunnya daya beli dari pihak konsumen. Oleh karena hal tersebut banyak perusahaan yang mengalami kerugian bahkan sampai likuidasi yang dialami oleh perusahaan. Dan juga banyak konsumen yang mengalami depresi ketakutan dengan adanya

pandemic Covid-19 karena begitu cepat penyebaran virus tersebut. Sehingga meminimalisir terjadinya kontak langsung dengan orang lain dan juga mengurangi mobilitas diluar rumah. Kebanyakan orang hanya bepergian keluar rumah jika memang sangat diperlukan ataupun memiliki kebutuhan mendesak.

Oleh karena itu, perusahaan ataupun usaha-usaha kecil harus memikirkan bagaimana caranya untuk mendapatkan konsumen Kembali, menjaga kestabilan keuangan dan perekonomian perusahaan ataupun usaha – usaha yang kecil agar terhindar dari kerugian. Dan bagaimanakah caranya mengembalikan rasa kepercayaan kepada konsumen agar mereka tetap berbelanja walaupun tidak berkontak langsung antara penjual dan pembeli dan juga meminimalkan mereka untuk bepergian keluar rumah. Berdasarkan data survei terbaru BPS sebanyak 82,5% pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan yang diakibatkan dari pandemi Covid-19 (Alfin, 2021)

Dalam kondisi Covid-19 penjual sangat wajib mempertahankan usahanya dengan berbagai cara dalam menghadapi perekonomian yang tidak stabil seperti saat ini dikarenakan banyaknya peraturan yang dibuat oleh pemerintah agar berkurangnya penyebaran Covid-19. Diberlakukannya Pembatasan Sosial

Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah diberlakukan sebagai upaya menahan laju pergerakan virus yang mematikan tersebut yang belum ada vaksinya hingga saat ini. Masyarakat diam di rumah tanpa terkecuali hingga batas waktu yang belum dapat dipastikan oleh pemerintah. Terlepas dari hal tersebut, maka pola konsumsi masyarakat yang tadinya sangat konsumtif tiba-tiba berkurang drastis karena adanya pembatasan tersebut sehingga para produsen mengalami keterbatasan yang sangat tidak normal, guna mendukung upaya pencegahan penularan virus tersebut. Hal tersebut juga ternyata telah menjadi hal yang umum bagi seluruh masyarakat untuk dapat beradaptasi secara dengan sendirinya dalam lingkungan yang serba terbatas. (Hutauruk, 2020). Seperti perhotelan, restoran, wisata, tempat hiburan, transportasi, penjual kebutuhan dari masyarakat. Dimana pelaku pebisnis ataupun usaha harus memikirkan strategi – strategi yang sesuai dengan usaha yang mereka jalani agar tetapi bertahan dan meminimalkan pengurangan karyawan dan juga menstabilkan kondisi keuangan usaha tersebut.

Sejak pandemi para perusahaan sempat mengalami keterpurukan karena covid 19, namun dengan adanya platform digital e-commerce seperti shopee, tokopedia, bukalapak perusahaan dapat bangkit dari keterpurukan. Barang-barang kebutuhan pokok dan juga kebutuhan tambahan sudah banyak dijual di e-commerce. Dengan adanya e-commerce sangat membantu para perusahaan maupun para penjual online shop yang baru merintis usaha (Cornella & Rahadi, 2020).

Oleh karena itu, perlunya pengembangan usaha dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada salah satunya yaitu e-commerce. Salah satu media yang dapat digunakan untuk menerapkan strategi pemasaran adalah internet atau e-commerce. Saat ini, di Indonesia penggunaan internet semakin meningkat pesat tanpa adanya batasan usia. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa potensi terjadinya e-commerce di Indonesia cukup besar (Triandra et al., 2019). Dimana kita dapat melakukan promosi atau pemasaran dan juga melakukan penjualan secara online untuk

memudahkan kita dalam melayani konsumen dan juga memudahkan kita dalam menjangkau konsumen. *E-commerce* mencakupi segala proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis yang lebih luas (Permana et al., 2021).

Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim untuk memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan penjualan dengan menggunakan e-commerce yang berada di Kelurahan Sukajaya yang terdiri dari 15 peserta pelatihan dimana penjual makanan yang berada di wilayah Kelurahan Sukajaya yang terdiri dari Kebab, Siomay Lebong, Pempek Didi, Pempek Cek Eka, Pempek 15, Burger, Pizza Rakyat, Buah Shena, Warung 769, Jeruk Peras, Tahu Walik, Sosis Dina, Bakso dan Tahu Bakar Kang Pin, Mie Tek, Nasgor dan Mie Akang. Dimana UMKM tersebut belum sepenuhnya menjalankan penjualan mereka menggunakan e-commerce dan juga belum menyediakan sarana pembayaran secara online dikarenakan mereka belum terdaftar ke aplikasi gojek dan grab. Padahal jika mereka terhubung menurut tim sangatlah besar untuk dapat meningkatkan penjualan apalagi bisa memudahkan pembeli membayar dengan menggunakan aplikasi gopay dan ovo yang terhubung dengan hal tersebut.

Berdasarkan kondisi permasalahan yang ada, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan tujuan agar UMKM mampu melakukan penjualan dengan e-commerce agar dapat meningkatkan penjualan mereka dalam situasi pandemi Covid-19.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul Pelatihan Penjualan Menggunakan *E-Commerce* Dalam Situasi Pandemi Covid -19 Di UMKM Kelurahan Sukajaya yang dilaksanakan di wilayah Kelurahan Sukajaya. Peserta kegiatan adalah para UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Sukajaya dimana dalam kegiatan ini hanya dibatasi sebanyak 15 peserta. Dalam pelatihan ini di adakan dengan menggunakan Zoom dikarenakan mengingat

situasi saat ini pandemi Covid-19 yang dibagikan menggunakan Whatsapp, dimana sebelum join digrup Whatsapp penulis melakukan evaluasi terlebih dahulu kepada peserta yang memang dirasa perlu pelatihan mengenai penjualan menggunakan *e-commerce* dan yang berpartisipasi hanyalah 12 orang peserta.

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan metode pelatihan. Adapun tahapan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu :

Tahap Persiapan

Pada tahapan ini, tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat melakukan persiapan dan berdiskusi dengan para peserta UMKM mengenai jadwal pelaksanaan kegiatan pelatihan serta melakukan persiapan materi yang akan disampaikan pada saat pelaksanaan.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini, merupakan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode penyampaian dengan menyampaikan bahwa pentingnya *e-commerce*.

Tahap Evaluasi

Pada tahapan ini, dilakukannya kegiatan selama satu bulan setelah kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dimana tujuannya adalah untuk melihat kondisi bagaimana keberdayaan masyarakat atau peserta UMKM dalam menjalankan penjualan mereka yang berada pada kondisi pandemi Covid-19 setelah nantinya mendapatkan pelatihan dan pentingnya *e-commerce* pada masa seperti saat ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pada aktivitas kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diberikan terlebih dahulu mengenai materi yang berkaitan dengan tema pelatihan yang akan disampaikan sebelum pelatihan dimulai. Materi yang disampaikan ialah mengenai tentang

pemahaman penjualan yang secara online dan kebutuhan penjualan dengan menggunakan *e-commerce* itu sendiri.

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan sebagian manusia dalam menjual barang dagangan yang dimiliki baik itu barang ataupun jasa kepada pasar agar mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Penjualan adalah suatu transaksi yang bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan, dan merupakan suatu jantung dari suatu perusahaan (Himayati, 2008:123, (Prasetyo & Susanti, 2016)).

Adanya Covid - 19 yang sampai saat ini belum ditemukan vaksin / obatnya menjadikan masyarakat Indonesia mengalami perubahan pola hidup. Salah satunya dari segi pemenuhan kebutuhan ekonomi. Yang sebelumnya lebih suka berbelanja ke mall, datang langsung ke pusat perbelanjaan sekarang cenderung mengalami perubahan dengan lebih banyak menggunakan *system online*. Adanya perkembangan teknologi internet yang begitu pesat mengakibatkan siapapun akan mudah mengakses dan mendapatkan informasi kapanpun dan dimanapun. Diperkirakan aktivitas belanja *online* mengalami lonjakan di masa pandemi ini. Masyarakat dapat memesan apapun dari mulai kebutuhan pokok seperti makanan, pakaian, aksesoris, kebutuhan rumah tangga dan lain sebagainya dengan mudah dipesan melalui online. Dari pihak pemilik usaha harus merubah model pemasaran produknya dari yang semula secara langsung / tatap muka berubah ke digital / *online*. Mudahnya akses yang dapat dilakukan untuk mempromosikan produk juga menjadi pertimbangan pemilik usaha. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial, *web*, grup *whatsapp*, facebook, instagram atau media *online* lainnya yang mudah dijangkau oleh masyarakat (Safitri & Dewa, 2020).

Pada kondisi seperti saat ini yang melanda Indonesia seperti pandemi Covid-19 begitu banyaknya perubahan-perubahan yang terjadi pada setiap golongan masyarakat yang ada, baik dari segi perilaku konsumen ataupun dari segi pelaku usaha itu sendiri. Dimana konsumen

ataupun para pelaku usaha harus memikirkan bagaimanakah untuk tetap *survive* terhadap kondisi yang sangat tidak memungkinkan untuk tetap dengan pola seperti biasa ketika melakukan penjualan. Karena selaku konsumen tentunya akan meminimalisir untuk melakukan aktivitas diluar rumah agar terhindar dari paparan virus Covid-19. Dikarenakan adanya peraturan yang berlaku pada pemerintah seperti Perpanjangan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Jawa – Bali diperpanjang Kembali mulai dari 24 Agustus 2021 hingga tanggal 30 Agustus 2021 berdasarkan instruksi Mendagri (Inmendagri) Nomor 38 Tahun 2021 tentang PPKM tersebut yang beragam statusnya mulai dari level 4, level 3 hingga ke level 2. Sementara di Kota Palembang pun ternyata melakukan hal yang sama, dimana memberlakukan PPKM Mikro. Sesuai dengan surat edaran pemerintah Kota Palembang. Pemerintah Kota Palembang telah mengeluarkan kebijakan terbaru sebagai salah satu upaya dalam pengendalian dan pemutusan rantai penularan Covid-19 di Kota Palembang. Kebijakan berupa surat edaran walikota Nomor 25/SE/Dinkes/2021 tentang perpanjangan PPKM berbasis mikro dan mengoptimalkan posko penanganan dan pengendalian penyebaran Covid-19 di tingkat kelurahan di Kota Palembang.

Oleh karena hal tersebut, banyak di kota – kota yang terkena dampak PPKM seperti restoran, mall, hotel, tempat hiburan dan tempat wisata, dan juga dalam pelayanan jasa seperti jasa transportasi dimana hal - hal tersebut mengalami penurunan yang cukup drastic. Terutama UMKM seperti restaurant atau pedagang makanan. Dan ada juga seperti tempat hiburan dan wisata serta juga transportasi.

UMKM makanan banyak sekali yang mengalami penurunan dalam penjualan mereka, karena sejak adanya PPKM yang diterapkan di beberapa kota yang terdampak Level 4 PPKM. Termasuk didalamnya wilayah Kelurahan Sukajaya. Mereka tidak diperbolehkan untuk makan ditempat melainkan hanya diperbolehkan menjual makanan yang khusus *take away* atau bawa pulang yang tidak menyediakan untuk makan di

tempat atau *dine in*. Jelas hal tersebut sangatlah berdampak. Perilaku konsumen sangatlah beragam, ada konsumen yang tidak memperlakukan untuk tidak makan ditempat, ada juga perilaku konsumen yang tidak nyaman ketika mereka harus membawa makanan tersebut pulang kerumah dengan alas an citarasa yang diberikan akan berbeda ketika makan ditempat restaurant dan ketika dibawa pulang. Hal seperti inilah yang akan mengganggu tingkat penjualan bagi restaurant ataupun UMKM.

Dari fenomena – fenomena seperti inilah yang dapat kita ketahui, bahwa turunya suatu pendapatan yang harus mereka pikirkan bagaimana caranya mereka harus bertahan dengan kondisi sulit seperti ini. Terutama yang berada pada bidang yang sangat berdampak seperti restaurant ataupun mall. Banyak restaurant harus memikirkan bagaimana caranya mereka bertahan. Salah satunya adalah dengan menggunakan *e-commerce*. *E-commerce* begitu sangat membantu dalam penjualan – penjualan yang sangat berdampak pada pandemic Covid-19 tersebut.

Seperti halnya UMKM makanan yang berada di wilayah kelurahan Sukajaya, jika mereka bertahan hanya tetap dengan menggunakan yang selama ini mereka gunakan, memungkinkan usaha yang mereka lakukan akan terjadinya kerugian. Mereka pun memanfaatkan *e-commerce* seperti menggunakan aplikasi pendukung seperti gojek dan grab. Dimana mereka yang sudah terbiasa menggunakan grab dan gojek sebagai aplikasi pendukung untuk memudahkan penjualan, akan sudah terbiasa menggunakan. Akan tetapi banyak UMKM yang menjadi peserta di pengabdian masyarakat ini terutama belum menggunakan *e-commerce* tersebut. Sudah seharusnya mereka menggunakannya, karena konsumen tidak perlu bepergian keluar rumah untuk datang ke tempat mereka berjualan agar bisa menyantap makanan yang diinginkan mereka. Dan konsumen juga biasanya lebih akan tertarik dikarenakan di grab ataupun gojek lebih sering memberika diskon potongan jika pembelian mencapai target dari diskon tersebut dengan membayar menggunakan ovo ataupun

gopay sebagai alat pembayaran grab ataupun gojek.

Terlebih lagi, selaku pelaku usaha dalam segi apapun juga bisa memanfaatkan salah satu yang termasuk ke dalam ekosistem *e-commerce* yaitu Instagram dan juga Facebook selain dari Gojek atau Grab ataupun Shoppe Food dan lain-lain. Disini Instagram dan Facebook pun memberikan kemudahan bagi penjual atau ataupun konsumen untuk menciptakan adanya penjualan dan juga pembelian didalamnya. Seiring dengan adanya pertumbuhan *e-commerce*, media sosial seperti Instagram dan Facebook dilirik sebagai wadah komunikasi antara pelaku usaha dan juga konsumen dimana perkembangan teknologi informasi yang sudah membuka jalur bisnis melalui *e-commerce*.

Dalam pelatihan ini, selaku pemateri memberikan contoh – contoh dalam menggunakan *e-commerce* seperti grabfood dan gofood.



Gambar 1. Pelatihan Penjualan Menggunakan E-commerce

Berikut *rundown* dalam pelaksanaan kegiatan:

Tabel 1. Rundown Kegiatan Pelaksanaan Tanggal 31 Agustus 2021

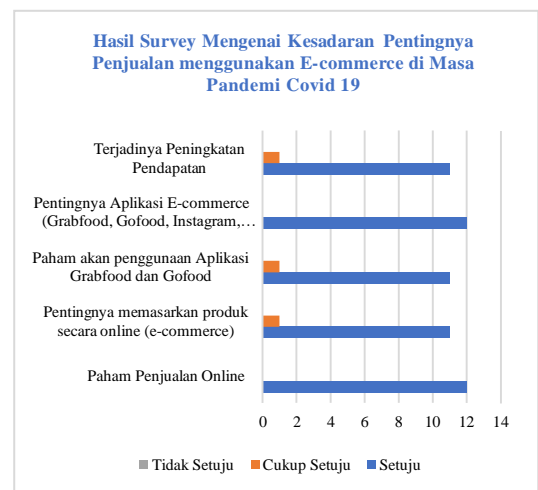
Waktu	Kegiatan	Pembicara
10.00	Pembukaan	Vhika Meiriasari
10.20	Penyampaian Materi “Penjualan Menggunakan <i>e-commerce</i> ”	Andini Utari Putri
11.00	Penyampaian Materi “Manfaat Menggunakan <i>e-commerce</i> ”	Vhika Meiriasari & Leriza Desitama Anggraini
12.00	<i>Breaktime</i>	
13.30	Diskusi & Tanya	Andini Utari Putri

	Jawab	Vhika Meiriasari Leriza Desitama Anggraini
14.00	Pelatihan “Penjualan Menggunakan <i>E-commerce</i> ”	Andini Utari Putri
16.00	Penutup	Vhika Meiriasari

Tahap Evaluasi

Setelah melakukan kegiatan pelatihan, para peserta akan melakukan praktek dengan mengubah penjualan yang sebelumnya hanya dilakukan secara offline. Dan mendaftarkan penjualan yang mereka miliki ke Grab ataupun Gojek. Dimana pada bulan berikutnya 28 September 2021. Pemateri memberikan pengumuman kembali ke grup Whatsapp bahwa diadakan kembali kegiatan dimana pembahasan mengenai evaluasi atas pelatihan yang sudah diberikan di bulan lalu dengan menerapkan penjualan dengan menggunakan *e-commerce*.

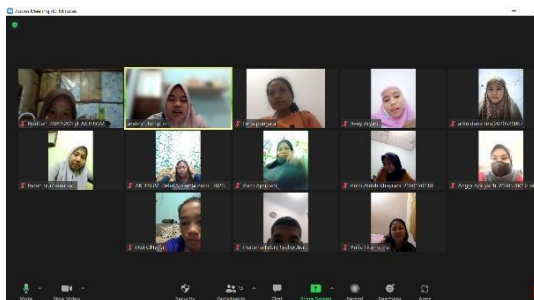
Hasilnya bahwa dapat dikatakan bahwa peserta sebanyak 12 orang tersebut yang memiliki UMKM di bidang makanan sudah mendaftarkan UMKM mereka ke Grab dan Gojek untuk dapat membantu penjualan mereka yang tidak bisa dijangkau oleh konsumen, menjad terjangkau. Dan ternyata penjualan mereka pun sedikit meningkat dengan menggunakan bantuan Grabfood dan Gofood.



Gambar 2. Hasil Survey Peserta

Sebanyak hampir seluruh peserta mengatakan bahwa dengan melakukan penjualan menggunakan bantuan *e-commerce*, pendapatan mereka meningkat walaupun hanya ada 1 yang menjawab cukup setuju dengan mengatakan pendapatan mereka meningkat ketika menjual *offline* dan *online*. Sebanyak 12 orang peserta juga mengatakan bahwa mereka telah menyadari bahwa pentingnya penggunaan aplikasi – aplikasi dari *e-commerce* seperti Grab dan Gojek. Juga pentingnya memasarkan produk mereka baik dari Instagram dan juga Facebook.

Setelah mendapatkan pelatihan di bulan lalu pun sebanyak 12 orang mengatakan bahwa mereka sudah memahami mengenai penjualan secara online.



Gambar 3. Peserta Kegiatan

Tabel 2. Rundown Kegiatan Evaluasi Hasil tanggal 28 September 2021

Waktu	Kegiatan	Pembicara
09.00	Pembukaan	Andini Utari Putri
09.20	Pemaparan Peserta mengenai penjualan menggunakan <i>e-commerce</i>	Andini Utari Putri Vhika Meiriasari
11.30	Diskusi dan Tanya jawab	Andini Utari Putri Vhika Meiriasari Leriza Desitama Anggraini
12.00	Penutup	Andini Utari Putri

4. SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai

Pelatihan Penjualan Menggunakan *E-commerce* Dalam Situasi Pandemi Covid-19 Di UMKM Wilayah Kelurahan Sukajaya, dimana peserta – peserta yang mengikuti kegiatan telah mampu melakukan penjualan mereka lebih baik lagi yaitu dengan menambah performa mereka berjualan secara offline dan juga secara online.

Seperti menggunakan aplikasi pendukung seperti gojek dan grab. Dapat dikatakan bahwa peserta sebanyak 12 orang tersebut yang memiliki UMKM di bidang makanan sudah mendaftarkan UMKM mereka ke Grab dan Gojek untuk dapat membantu penjualan mereka yang tidak bisa dijangkau oleh konsumen, menjad terjangkau. Dan ternyata penjualan mereka pun sedikit meningkat dengan menggunakan bantuan Grabfood dan Gofood.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan demikian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah terlaksana ucapan terima kasih diberikan kepada Universitas Indo Global Mandiri selaku penyemangat dan pendukung dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan kepada tim peserta UMKM yang sudah sangat antusias dan menyempatkan waktu untuk bergabung dalam pelatihan. Semoga dengan pelatihan kegiatan ini dapat memberikan *feedback* yang bermanfaat bagi semua yang terlibat dalam kegiatan ini khususnya bagi peserta UMKM.

6. REFERENSI

- [1] Alfin, A. (2021). Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543–1552.
- [2] Cornella, L., & Rahadi, R. D. (2020). Emosi Konsumen Dalam Mendukung Kepuasan Pembelian Secara Online Di Masa Pandemi Covid-19. *JPRO*, 1(1), 1–10.
- [3] Hutaaruk, M. R. (2020). Barang Kebutuhan Pokok Di Samarinda (the Effect of Pandemic Covid-19 on Factors Which Determine Consumer Behavior To Buy Staple Goods in Samarinda). *Jurnal Riset Inossa*, 2(June), 1–15.

- [4] Permana, A. E., Reyhan, A. M., Rafli, H., & Aini, N. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi. *Jurnal TEKNOINFO*, 15(1), 32–37.
- [5] Prasetyo, A., & Susanti, R. (2016). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada PT. Cahaya Sejahtera Sentosa Blitar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 10(2), 1–16.
- [6] Safitri, A., & Dewa, B. C. (2020). Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan Online Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dayasaing*, 22(2), 117–125. <http://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view/12494>
- [7] Triandra, N., Hambali, D., Nurasia, & Rosalina, N. (2019). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 6–10. <https://doi.org/10.37673/jebi.v4i1.259>