



## PENDAMPINGAN UMKM TERDAMPAK COVID-19 DENGAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI

Dwi Vernanda<sup>1</sup>, Nunu Nugraha Purnawan<sup>2</sup>, Tri Herdiawan Apandi<sup>3</sup>, Haryati<sup>4</sup>, Rian Piarna<sup>5</sup>, Mohammad Iqbal<sup>6</sup>, Slamet Rahayu<sup>7</sup>, Nurfitriia Khoirunnisa<sup>8</sup>, Wulan Siti Nurul<sup>9</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup>Politeknik Negeri Subang

Email: [nanda@polsub.ac.id](mailto:nanda@polsub.ac.id)

### Abstrak

Pemanfaatan media digital dan teknologi informasi berperan penting dalam keberlangsungan usaha mikro kecil menengah terlebih pada masa pandemic covid-19. Hasil survei dari 48 UMKM yang ada di Kabupaten Subang menyatakan bahwa mereka telah memanfaatkan media internet seperti promosi di *whatsapp*, dan *facebook*. Namun usaha tersebut belum sebanding dengan penjualan sebelum masa pandemic. Sebagian pengusaha juga mengungkapkan keinginan untuk penjualan produk secara *online*, namun keterbatasan dalam ilmu dan minimnya *device* yang saat ini mereka miliki. Segingga perlu adanya kegiatan *workshop* dan pendampingan terhadap beberapa UMKM dengan empat topik yaitu manajemen pemasaran, re-branding dan pembaharuan desain produk, pemanfaatan e-commerce, dan penggunaan aplikasi pengelolaan keuangan. Setelah dilakukan *workshop* dilanjutkan pendampingan langsung oleh dosen dan beberapa mahasiswa untuk memastikan UMKM telah memanfaatkan media digital dan teknologi secara optimal. Kegiatan terakhir yaitu monitoring dan evaluasi untuk melihat adanya peningkatan pendapatan pasca pemanfaatan media digital dan teknologi.

**Kata Kunci.** Media Digital, Pendampingan, Teknologi, UMKM, Workshop.

### Abstract

*The use of digital media and information technology functioned an important role in the sustainability of micro, small and medium enterprises, especially during the Covid-19 pandemic. The survey results of 48 UMKM in Kabupaten Subang stated that they had utilized internet media such as promotions on Whatsapp, and Facebook. However, the business has not been comparable to sales before the pandemic. Some entrepreneurs also expressed a desire to sell products online, but limitations in knowledge and the lack of devices they currently have. So there needs to be a workshops and assistance to several UMKM with four topics, that are marketing management, re-branding and updating product designs, the use of e-commerce, and the use of financial management applications. After the workshop, it was continued with direct assistance by lecturers and several students to ensure that UMKM have utilized digital media and technology optimally. The last activity is monitoring and evaluation to see an increase in revenue after the use of digital media and technology.*

**Keyword:** Media Digital, Mentoring, Technology, UMKM, Workshop.

## PENDAHULUAN

Teknologi informasi secara umum tidak hanya identik dengan komputer namun semua teknologi apapun yang membantu manusia dalam pekerjaan termasuk membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan dan ataupun menyebarkan informasi. Baik penyebaran maupun memperoleh informasi terdapat enam pokok kegiatan yaitu *capture, transmit, store, retrieve, manipulate, dan display* (Andri, 2013).

Pemanfaatan teknologi informasi memegang peranan penting dalam bidang usaha kreatif (Hajipour et al., 2021). Terlebih pandemik covid-19 yang terjadi sejak awal tahun 2020 mengharuskan beberapa pengusaha untuk memutar otak dalam menjalankan bisnis agar tetap bisa bertahan ditengah keterbatasan. Kabupaten Subang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Barat dengan jumlah penduduk sekitar 14.781 jiwa dan masuk dalam kategori wilayah padat penduduk.

Berdasarkan survei yang telah dilaksanakan, beberapa pengusaha kecil menengah mengungkapkan permasalahan yang tengah dihadapi yaitu turunannya penjualan terutama 1 tahun kebelakang ini (Markovic et al., 2021). Hal utama didasari oleh pembatasan atau *social distancing*. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dengan memanfaatkan media digital dan teknologi informasi untuk mendukung dan mempertahankan usaha agar tetap berjalan ditengah pandemik covid-19 (Kawaguchi et al., 2021).

Selain survei dilakukan langsung ke UMKM, survei juga dilakukan ke PLUT Subang untuk menggali informasi mengenai UMKM yang berada di wilayah Kabupaten Subang. Hasil survei yang didapat, bahwa sebagian kecil pengusaha telah melakukan usaha penjualan produk dengan memanfaatkan media internet seperti promosi di *whatsapp*, dan *facebook*. Namun usaha tersebut belum sebanding dengan penjualan sebelum masa pandemik. Sebagian pengusaha juga mengungkapkan keinginan untuk penjualan produk secara *online*, namun keterbatasan dalam ilmu dan minimnya *device* yang saat ini mereka miliki (Zhang et al., 2021).

Berdasarkan masalah tersebut, kami membuat

kegiatan pendampingan usaha kecil dan menengah terdampak Covid-19 dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam memasarkan dan menjual produk. Melalui kegiatan ini, para pengusaha dapat mempertahankan usaha ditengah keterbatasan pandemik Covid-19 dengan pemanfaatan media digital dan teknologi yang dimiliki. Kegiatan ini terdiri dari tiga rangkaian sub kegiatan yaitu workshop, pendampingan, dan monitoring/ evaluasi.

Adapun tujuan pengabdian ini adalah pendampingan pemanfaatan media digital dan teknologi bagi UMKM ditengah pandemik covid-19. Kegiatan dimulai dari re-branding yaitu memperkenalkan kembali produk kepada konsumen melalui beberapa proses yaitu pembaharuan desain kemasan, manajemen pemasaran dengan memanfaatkan media sosial, pemanfaatan e-commerce, dan pemanfaatan aplikasi pengelolaan keuangan serta manajemen UMKM.

## METODE PELAKSANAAN



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Pada gambar 1 diatas digambarkan langkah-langkah sistematis dalam pelaksanaan pengabdian.

Kegiatan berlangsung di Kabupaten Subang yang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Barat dengan jumlah penduduk sekitar 14.781 jiwa dan masuk dalam kategori wilayah padat penduduk. Saat ini sebanyak 19.043 UMKM di Kabupaten

Subang yang telah terverifikasi Dinas DPK Provinsi Jabar. Namun dari hasil pendataan oleh PLUT Subang jumlah UMKM lebih dari 22 ribu dan di dominasi produk makanan, *handy craft*, dan fashion.

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah survei dan wawancara untuk mengetahui seberapa jauh UMKM yang ada di kabupaten Subang memanfaatkan media teknologi dan digital dalam memasarkan produknya.

Kegiatan kedua yaitu mengevaluasi hasil survei dan wawancara sehingga diketahui permasalahan yang saat ini terjadi di UMKM. Kegiatan ketiga penentuan sasaran dengan melakukan seleksi terhadap beberapa UMKM yang akan mengikuti program pendampingan pemanfaatan media digital dan teknologi. Proses dimulai dari UMKM yang mendaftar akan dilakukan seleksi dan juga perlu adanya rekomendasi dari PLUT Subang untuk penetapan UMKM yang berhak mengikuti program pendampingan.

Kegiatan keempat yaitu pelaksanaan program dengan kegiatan *workshop* dan pendampingan kepada UMKM. Kegiatan ini diawali dengan menyusun modul workshop, selain menyusun modul untuk kegiatan workshop dilakukan juga persiapan narasumber yang akan mengawal kegiatan workshop. Serta persiapan tempat, alat, device yang dibutuhkan selama program berlangsung.

Kegiatan kelima yaitu monitoring dan evaluasi untuk mengukur sejauh mana pemanfaatan media digital dan teknologi terhadap keberlangsungan UMKM.

## PEMBAHASAN PELAKSANAAN Survei Awal

Berdasarkan survei awal dan wawancara yang telah kami lakukan, di PLUT Subang dan beberapa UMKM yang berada di wilayah Kabupaten Subang didapat data mengenai UMKM. Lebih jauh data yang didapat yaitu sejauh mana UMKM memanfaatkan media digital dan teknologi dalam memasarkan produk yang dihasilkannya. Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan UMKM mereka menyatakan penggunaan media digital pernah dilakukan namun tidak dilakukan rutin, misalnya ada salah UMKM yang pernah memiliki sebuah website namun tidak

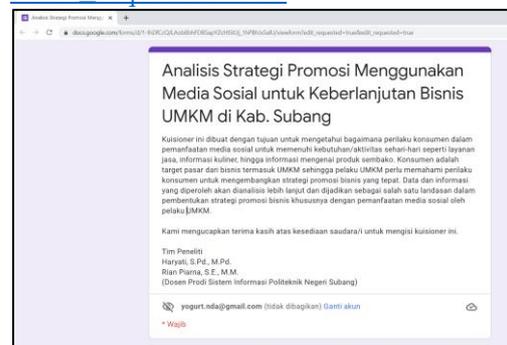
pernah dikelola dan akhirnya tidak diperpanjang untuk penyewaan hosting, ada juga UMKM yang mempromosikan produknya melalui media social Instagram dan facebook namun sama halnya seperti website jarang memposting dan terkesan social media tersebut menjadi tidak aktif. Sehingga belum dapat dilihat dampak dari pemanfaatan media digital dalam keberlangsungan usaha UMKM tersebut.

PLUT Subang telah berupaya membantu pertumbuhan UMKM dari berbagai aspek, mulai dari perencanaan bisnis, produksi yang baik, pemasaran, hingga pembukuan yang benar agar pengelolaan berjalan dengan baik serta usaha diharapkan semakin membesar. Program yang diajukan sejalan dengan upaya yang dilakukan PLUT Subang, program yang diharapkan lebih kepada pemanfaatan digital dan teknologi. Sesuai dengan pernyataan PLUT Subang yaitu saat ini Sebagian besar UMKM terkendala akan pengetahuan dan device yang dimiliki sehingga belum optimal dalam pemanfaatan media digital dan teknologi. Tahapan kegiatan pendampingan:

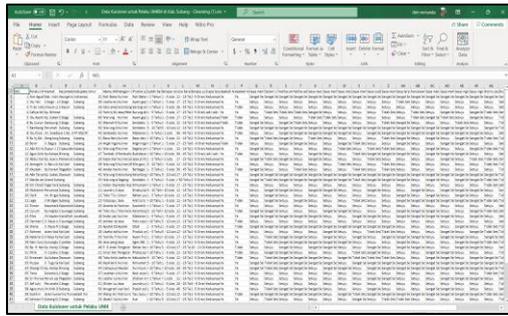
### Survei Lanjutan

Survei dilakukan untuk mendapatkan data dari UMKM yang berada di Kabupaten Subang, formulir survei dibuat dan disebarikan oleh dosen dan mahasiswa. Berikut link formulir survei:

[https://docs.google.com/forms/d/1-IhDfCcQJLAob8bhFDBSapYZcHlStUj\\_1hPBhJxSaU/viewform?edit\\_requested=true&edit\\_requested=true](https://docs.google.com/forms/d/1-IhDfCcQJLAob8bhFDBSapYZcHlStUj_1hPBhJxSaU/viewform?edit_requested=true&edit_requested=true)



Gambar 1. Survei UMKM Hasil survei sebanyak 48 data UMKM di Kabupaten Subang sebagai berikut



Gambar 2. Hasil Survei

### Identifikasi Masalah

Berdasarkan data yang dikumpulkan didapatkan informasi bahwa UMKM yang berada di Kabupaten Subang Sebagian besar belum memanfaatkan teknologi khususnya media digital seperti pemanfaatan media social dalam memasarkan produk atau jasanya. Selain itu beberapa UMKM bahkan belum sama sekali menggunakan teknologi (media digital) dalam menjalankan bisnisnya. Beberapa UMKM yang telah menggunakan media digital, namun belum adanya pengelolaan seperti kurangnya intensitas update info dan promosi. Sehingga perlu pendampingan kepada UMKM baik yang telah menggunakan media digital maupun UMKM yang belum sama sekali menggunakan media digital. Beberapa kebutuhan diantaranya:

- Menentukan dan mengelompokkan UMKM yang akan mendapat pendampingan
- Menentukan topik yang tepat selama pendampingan
- Menyiapkan materi untuk masing-masing topik

Berdasarkan masalah beberapa hal yang diperlukan yaitu perlu adanya program pendampingan kepada UMKM dengan mengadakan workshop untuk empat topik yaitu memperkenalkan kembali produk kepada konsumen melalui beberapa proses yaitu pembaharuan desain kemasan, manajemen pemasaran dengan memanfaatkan media sosial, pemanfaatan e-commerce, dan pemanfaatan aplikasi pengelolaan keuangan serta manajemen UMKM.

### Penetapan Khalayak Sasaran

Program pendampingan dengan kegiatan workshop sebanyak empat topik akan diikuti

oleh UMKM yang lolos seleksi dan merupakan rekomendasi PLUT Subang. UMKM yang mengikuti program ini diharapkan dapat menerapkan setelah selesai workshop dan dapat memberikan pengaruh terhadap UMKM lain.

### Pelaksanaan Program

Kegiatan *workshop* pada Senin, 4 Oktober 2021 Pukul 09.00-15.00 WIB di Laboraturium User Experience, Gedung Jurusan Manajemen Informatika, Kampus Cibogo, Politeknik Negeri Subang.



Gambar 3. Pembukaan Workshop dengan empat tema yaitu :

- a. Manajemen pemasaran dengan pemanfaatan media social untuk promosi, para peserta dibimbing untuk membuat dan mengaktifkan kembali media social yang telah dimiliki sebelumnya.



Gambar 4. Pemaparan Materi

- b. Re-branding dengan desain ulang kemasan produk memanfaatkan aplikasi dan *device* yang dimiliki oleh peserta *workshop*. Aplikasi yang digunakan yaitu *canva* yang diakses menggunakan *smartphone* yang dibawa peserta.
- c. *e-commerce* dengan memanfaatkan *marketplace* yang ada untuk menyalurkan produk ke konsumen. Para peserta dibimbing untuk mendaftar di beberapa *marketplace* yaitu *Shopee* dan *Tokopedia* lalu mengupload produk-produk yang akan dijual dan diberikan tips-tips untuk meningkatkan penjualan di *marketplace*.

d. Penggunaan Aplikasi “buku kas” untuk pengelolaan keuangan, para peserta *workshop* dapat memanfaatkan aplikasi tersebut untuk mencatat transaksi penjualan dan pengeluaran, serta dapat melihat keuntungan.



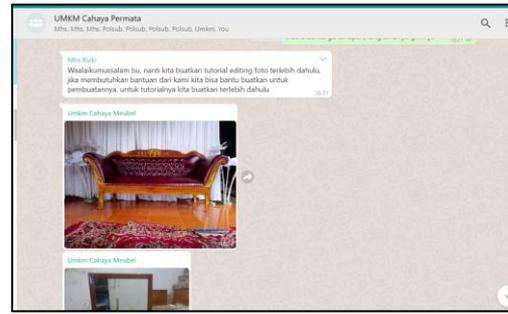
Gambar 5. Pemaparan Materi Pelaksanaan kegiatan *workshop* dan pendampingan UMKM dibantu oleh 10 dosen dan 10 mahasiswa.



Gambar 6. Pendampingan UMKM



Gambar 7. Pendampingan UMKM Setelah kegiatan *workshop* proses pendampingan dilakukan secara daring dengan memanfaatkan *whatsapp group*.



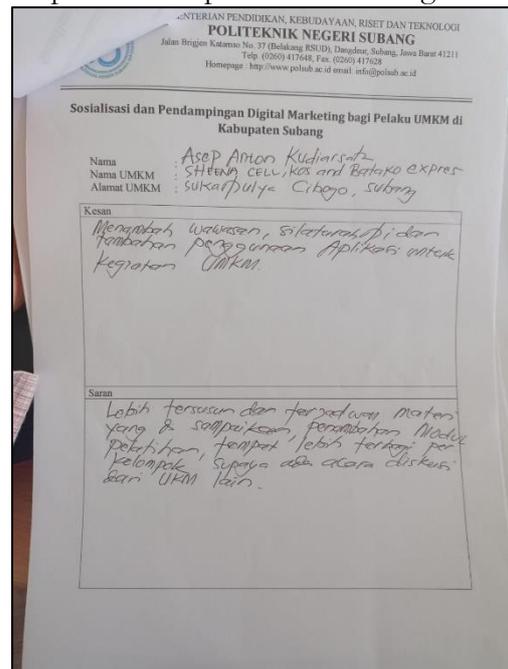
Gambar 8. Pendampingan Daring Publikasi Media Masa

Kegiatan pengabdian ini dipublikasikan pada media masa <https://www.pasundanekspres.co/>.



Gambar 9. Publikasi Media Masa Monitoring/ Evaluasi

Monitoring dilaksanakan untuk melihat hasil dari pemanfaatan media digital oleh UMKM, Selanjutnya UMKM mengisi testimoni, adapuan beberapa testimoni sebagai berikut:



Gambar 10. Testimoni

## KESIMPULAN

Pemanfaatan media digital dan teknologi informasi berperan penting dalam keberlangsungan usaha mikro kecil menengah terlebih pada masa pandemic covid-19. Program yang telah dilaksanakan yaitu *workshop* dan pendampingan pemanfaatan media digital dan teknologi dalam upaya peningkatan pendapatan UMKM. *Workshop* terdiri dari empat topik yaitu manajemen pemasaran, *re-branding* dan pembaharuan desain produk, pemanfaatan *e-commerce*, dan penggunaan aplikasi pengelolaan keuangan. Program ini tidak selesai pada *workshop* saja namun ada pendampingan dan monitoring yang dibantu oleh beberapa dosen dan mahasiswa.

## Daftar Pustaka

- Andri, U. A. (2013). *Pengenalan Teknologi Informasi* (P. B. RI (ed.)).
- Hajipour, V., Aminian, M., Gharaei, A., & Jalali, S. (2021). A business retrieval model using scenario planning and analytics for life during and after the pandemic crisis. *Healthcare Analytics*, 1(September), 100004. <https://doi.org/10.1016/j.health.2021.100004>
- Kawaguchi, K., Kodama, N., & Tanaka, M. (2021). Small business under the COVID-19 crisis: Expected short- and medium-run effects of anti-contagion and economic policies. *Journal of the Japanese and International Economies*, 61(December 2020), 101138. <https://doi.org/10.1016/j.jjie.2021.101138>
- Markovic, S., Kaporcic, N., Arslanagic-Kalajdzic, M., Kadic-Maglajlic, S., Bagherzadeh, M., & Islam, N. (2021). Business-to-business open innovation: COVID-19 lessons for small and medium-sized enterprises from emerging markets. *Technological Forecasting and Social Change*, 170, 120883. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120883>
- Zhang, H., Veltri, A., Calvo-Amodio, J., & Haapala, K. R. (2021). Making the business case for sustainable manufacturing in small and medium-sized

manufacturing enterprises: A systems decision making approach. *Journal of Cleaner Production*, 287(xxxx), 125038. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125038>