



Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju UMKM Go-Digital di Era Pandemi Covid 19 dan Era *New Normal* Bagi Pelaku UMKM Sidoarjo

Laily Muzdalifah¹, Muhafidhah Novie², Shofiyatus Zaqiyah³

*Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo
email: lailymuzdalifah.fe.unusida@gmail.com¹, muhafidhahnovie.unusida@gmail.com²,
shofiyatuszaq@gmail.com³*

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan pemberdayaan ini adalah untuk memberikan motivasi dan pendampingan pada masa pandemi covid-19 dan new normal. Kegiatan pemberdayaan ini dimaksudkan agar para pelaku UMKM Sidoarjo tetap dapat bertahan di masa pandemi ini. Kegiatan dilakukan dengan 3 tahap yaitu pembuatan video motivasi yang diunggah dalam chanel youtube Klinik Koperasi dan Usaha Mikro Sidoarjo, pendampingan pemasaran online melalui media sosial dan situs jual beli online dan memberikan kuesioner hasil dari kegiatan pemberdayaan masyarakat. Hasil dari kegiatan tersebut adalah pelaku UMKM dapat menyaksikan video youtube yang telah dishare sebelumnya. Para pelaku UMKM dapat mengikuti pendampingan pemasaran online dengan baik melalui aplikasi zoom dan konsultasi melalui grup Whatsapp. Kegiatan pendampingan tersebut diikuti oleh sebanyak 122 peserta. Selain itu dilakukan survei yang telah dilakukan melalui google form yang telah diisi oleh 115 peserta. Berdasarkan hasil survei diketahui bahwa 69% para pelaku UMKM menjawab sangat setuju melakukan lebih banyak kegiatan usaha secara online dan 70% dari pelaku UMKM mengatakan sangat setuju melakukan pemasaran melalui media sosial dan situs jual beli online.

Kata Kunci: Pemberdayaan, UMKM *go-digital*.

ABSTRACT

The purpose of this empowerment activity is to provide motivation and assistance during the Covid-19 pandemic and the new normal. This empowerment activity is intended so that the Sidoarjo UMKM players can survive this pandemic. The activity was carried out in 3 stages, namely the creation of a motivational video uploaded to the Sidoarjo Clinic Cooperative and Micro Business youtube channel, online marketing assistance through social media and online buying and selling sites and providing questionnaires on the results of community empowerment activities. The result of this activity is that UMKM players can watch YouTube videos that have been shared previously. UMKM players can participate in online marketing assistance properly through the zoom application and consultation through the Whatsapp group. The mentoring activity was attended by 122 participants. In addition, a survey was conducted via google form which was filled in by 115 participants. Based on the survey results, it is known that 69% of UMKM players answered that they strongly agreed to do more business activities online and 70% of UMKM players said that they strongly agreed to do marketing through social media and online buying and selling sites.

Keywords: Empowerment, UMKM *go-digital*.



PENDAHULUAN

Awal tahun 2020 hingga pertengahan tahun merupakan tahun yang berat hampir bagi seluruh negara bagian di dunia. Pada tahun ini muncul sebuah virus baru yakni virus Corona atau sering disebut dengan Covid-19. Virus ini menjadi sebuah wabah yang sangat berpengaruh besar pada kehidupan. Virus corona (covid-19) merupakan virus yang menyerang pernafasan manusia hingga menyebabkan kematian. Virus ini pertama kali muncul di Wuhan China. Pada awal bulan Maret 2020 Corona sudah mulai masuk ke Indonesia. Hal ini sangat membuat masyarakat resah.

Sejak Covid-19 ini masuk ke Indonesia, banyak kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. Kebijakan tersebut antara lain penetapan PSBB, penggunaan masker, rajin mencuci tangan dan menjaga jarak ditempat keramaian. Munculnya wabah ini menyebabkan perekonomian menjadi lesu. Adanya himbauan agar masyarakat *stay at home* menyebabkan sebagian orang menjadi memilih untuk beraktivitas dirumah. Hal ini mengakibatkan sebagian besar pendapat masyarakat menurun, tingkat konsumsi menurun bahkan banyak terjadi PHK.

Wabah covid-19 ini juga terjadi di wilayah Sidoarjo. Sidoarjo merupakan kota yang terkenal dengan UMKM nya. Banyak UMKM yang terdampak dengan adanya covid-19 ini. Dampak tersebut terlihat dengan banyak UMKM yang mengalami penurunan penjualan, penurunan omzet bahkan ada beberapa yang melakukan pengurangan karyawan. Keadaan yang semakin tidak baik dengan adanya Covid-19 ini membuat para pelaku UMKM harus segera mengambil tindakan demi keberlangsungan hidup usahanya. Banyak pelatihan-pelatihan yang diikuti secara *online*. Pelaku UMKM harus berubah menjadi pelaku UMKM yang *go-digital* yang mana kegiatan usaha sebagian besar dilakukan secara online untuk mematuhi *social distancing*.

Untuk itu dalam kegiatan pemberdayaan ini akan dilakukan untuk membantu para pelaku UMKM terus berjalan dimasa pandemi Covid-19 ini. Pemberdayaan ini ditujukan agar para pelaku UMKM yang biasanya melakukan kegiatan usaha hanya dengan penjualan langsung diharapkan sebagian besar usahanya dilakukan secara online. Pada kegiatan ini akan dilakukan pendampingan secara *online* yang mana para pelaku UMKM akan diberikan motivasi melalui video yang diunggah dalam youtube, pendampingan pemasaran secara online melalui media grup *Whatsapp*. Pelaku UMKM diharapkan dapat menjual produk disitus penjualan online yang mana akan meningkatkan penjualan produknya. Situs jual beli *online* tersebut yang digunakan dalam kegiatan ini adalah berupa akun IG dan shopee.

Coronavirus Disease-2019 (COVID-19) menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2020) penyakit infeksi saluran pernapasan mulai penyakit flu hingga penyakit yang serius. Virus ini mulai muncul dari Wuhan Cina pada bulan Desember 2019. Virus Corona dapat menyebabkan penyakit baik pada hewan maupun manusia. Gejala Umum orang terkena virus ini yaitu demam diatas 38⁰C, batuk kering dan sesak nafas.

Sejak munculnya Covid-19 di Indonesia, pemerintah menerapkan beberapa kebijakan antara lain dengan penetapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Kebijakan PSBB yang mana



tujuannya adalah untuk menekan penyebaran Covid-19 di Indonesia. Pembatasan tersebut meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan (Kemenko PMK RI: 2020). PSBB tersebut juga berlaku untuk di wilayah Sidoarjo. Minimnya aktifitas masyarakat membuat perekonomian di wilayah Sidoarjo semakin lesu.

Sidoarjo merupakan salah satu kota UMKM di Indonesia. Hampir semua sektor terdampak dengan adanya pandemi Covid-19 ini tidak terkecuali para pelaku UMKM. Agar UMKM terus bertahan dimasa pandemi covid-19 dan di masa new normal ini maka harus menjadi pelaku UMKM yang go-digital. Menjadi UMKM yang go-digital bukan hanya pemasaran secara online saja, namun menggunakan teknologi digital untuk berinteraksi dengan pelanggan, pekerja, pemasok, dan mitra.

Menurut Tri Siwi Agustina (2019:93) manfaat UMKM go-online adalah :

- a. Mendapatkan jangkauan pasar lebih luas atau tak terbatas satu lokasi yang terdekat saja namun jangkauannya bisa pasar domestik hingga global.
- b. Penghasilan akan meningkat seiring dengan perluasan pasar dan bertambahnya permintaan pasar.
- c. Pembelajaran mandiri melalui kursus-kursus *online*, *youtube*, *blog* atau *vlog* para *entrepreneur* lain yang sudah sukses baik dalam negeri maupun luar negeri.
- d. *Benchmarking* atau studi banding tanpa harus mengeluarkan uang transport serta menyisakan waktu untuk bertemu langsung dengan owner.
- e. Melakukan *customer relation* dengan konsumen.
- f. Mengetahui berita-berita terbaru tentang dunia usaha, perilaku konsumen, strategi persaingan dan lain-lain.

Ketika sudah memilih untuk melakukan pemasaran secara online maka toko online yang dimiliki harus dikelola dengan baik. Menurut Abdul Manap (2018: 223) cara mengelola toko online yaitu:

- a. Pilihlah nama yang menarik.
- b. Pilihlah produk yang tidak menyulitkan dalam proses pengiriman.
- c. Aktiflah memberikan tips-tips penggunaan produk yang kita jual.
- d. Berikan informasi mengenai penjualan user langsung atau membuka peluang reseller.
- e. Gunakan testimony dari pelanggan
- f. Jangan terlalu men-*TCG friendship*.

Untuk mengetahui motivasi seorang wirausaha dalam hal ini para pelaku UMKM maka menurut Mc Clelland (1971) dalam Suryana (2014:50) mengelompokkan kebutuhan dan motivasi wirausaha menjadi 3 yaitu:

- a. Kebutuhan akan prestasi (N.Ach= *Need for achievement*): yaitu bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Seseorang dianggap mempunyai kebutuhan berprestasi yang tinggi, apabila ia mempunyai keinginan untuk berprestasi lebih baik.
- b. Kebutuhan akan kekuasaan (N.Pow=*Need for power*): yaitu hasrat untuk mempengaruhi,



mengontrol, dan menguasai orang lain. Seseorang dengan kebutuhan akan kekuasaan ingin mempunyai pengaruh atas orang lain.

- c. Kebutuhan akan afiliasi (N.Aff= *Need for affiliation*): yaitu hasrat untuk diterima dan disukai oleh orang lain.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yakni berupa pendampingan dan partisipatif pelaku UMKM. Adapun langkah-langkah yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu:

1. Membuat video yang diupload dalam chanel youtube. Adapun chanel youtube tersebut diunggah pada chanel youtube Klinik Koperasi dan Usaha Mikro dengan judul “Menciptakan Peluang Usaha di Era dan Pasca Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku Usaha Mikro”. Dalam video tersebut memberikan motivasi serta arahan kepada para pelaku UMKM agar lebih giat dalam menjalankan usahanya. Para pelaku UMKM diharapkan mampu mengembangkan usahanya menjadi go-digital. Selain itu, dalam video tersebut memberikan strategi dan memaparkan upaya-upaya agar usaha para pelaku usaha tetap bertahan dimasa pandemi Covid-19 ini.
2. Memberikan pendampingan melalui grup whatsapp. Pendampingan ini berupa tutorial dan diskusi yang mana menjelaskan cara menggunakan atau mengelola akun bisnis yang sudah dimiliki. Hal ini dicontohkan yaitu instagram dan penggunaan situs jual beli shopee. Pada pendampingan ini diberikan strategi khusus agar para pelaku UMKM dapat mempromosikan produk hingga menjual produk melalui online. Output dari pendampingan ini adalah para pelaku UMKM mampu meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan omzet usahanya melalui situs jual beli online maupun instagram.
3. Survei hasil pendampingan yang diberikan dengan menyebarkan kuesioner melalui link google form yang diberikan pada grup whatsapp. Kuesioner ini ditujukan untuk mengetahui hasil dari pendampingan yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil yang dingin diketahui adalah pencapaian yang dilakukan oleh para pelaku UMKM selama masa pandemi covid-19 ini. Pencapaian tersebut bisa berupa peningkatan penjualan, peningkatan omzet, inovasi produk, strategi promosi yang dilakukan dan lain sebagainya.

Adapun pihak-pihak yang memberi dukungan pada pelaksanaan pemberdayaan ini yaitu :

1. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo yaitu dengan menyediakan fasilitas chanel youtube agar dapat dibuka dengan mudah video yang telah diunggah oleh para pelaku UMKM
2. Owner dari Dian Art yang memberikan motivasi pada para pelaku UMKM agar terus berkarya di masa pandemi Covid-19.
3. Owner dari Noviz Bedding yang memberikan cara strategi khusus agar pelaku UMKM terus bertahan pada masa pandemi Covid-19

Untuk melaksanakan kegiatan pemberdayaan ini dilakukan selama 3 bulan yakni bulan Mei 2020 sampai Juli 2020. Setelah dilakukan pendampingan untuk hasil survey akan diberikan pada akhir bulan Juli setelah para pelaku UMKM sudah mampu melakukan kegiatan usaha bisnisnya secara online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pemberdayaan ini antara lain:

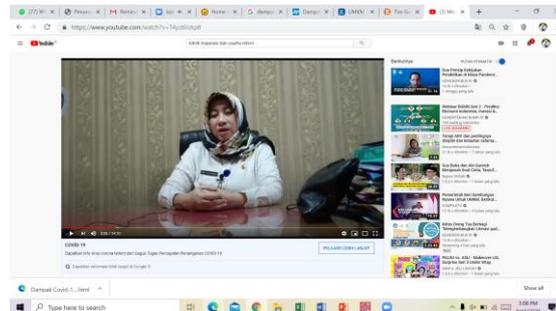
Video dengan judul “Menciptakan Peluang Usaha di Era dan Pasca Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku Usaha Mikro”

Video ini dibuat dengan tujuan untuk membangun motivasi para pelaku UMKM agar memiliki semangat untuk terus berjuang mengembangkan bisnisnya dimasa pandemi Covid-19. Video ini diunggah pada chanel youtube “Klinik Koperasi dan Usaha Mikro Sidoarjo”. Adapun chanel youtube video tersebut dapat dilihat pada link <https://www.youtube.com/watch?v=T4yzt6Izpk8&t=734s>.

Video tersebut berdurasi 34 menit 20 detik. Pada video tersebut menghadirkan narasumber antara lain:

- Erna Kusumawati, SP., MM (Kepala Bidang usaha koperasi dan usaha mikro).
- Rr. Tiwung Dyan Ekawati, (Ketua ICSB Sidoarjo dan Pengusaha Dian Art)
- Muhafidhah Novie, SE., MM (Dosen Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo Owner Noviz bedding)

Adapun tampilan dari video youtube tersebut adalah :



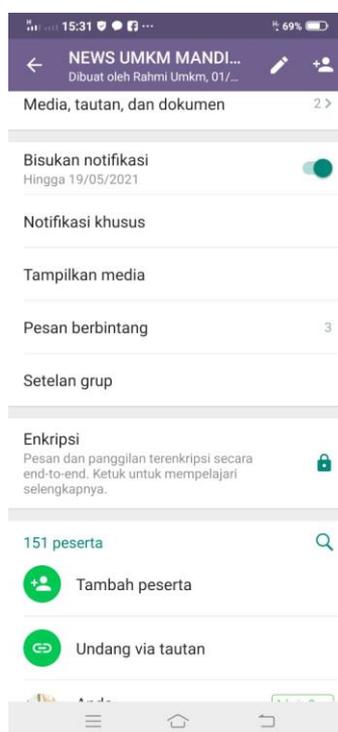
Gambar 1. Video motivasi yang diunggah dalam chanel *Youtube*

Pada video tersebut menyampaikan beberapa point diantaranya:

- Regulasi terkait dengan kebijakan bagi pelaku UMKM, sosialisasi, pembinaan dan pendampingan.
- Fasilitas pembiayaan
- Optimalisasi inovasi pada era dan post covid-19

Pendampingan pemasaran melalui situs jual beli online.

Pada masa pandemi Covid-19 ini bisnis dari para pelaku usaha UMKM tentu sangat terdampak. Adanya kebijakan *sosial distancing* atau pembatasan sosial menyebabkan konsumen lebih cenderung memilih berbelanja secara online. Untuk itu tentu para pelaku UMKM yang masih melakukan pemasaran secara langsung tentu harus beralih ke pemasaran secara online. Adanya wabah Covid-19 ini diharapkan para pelaku UMKM merubah kegiatan bisnisnya sebgaiian pesan dilakukan secara online termasuk dalam hal memasarkan produknya. Pemasaran secara online dapat dilakukan dengan berbagai macam strategi. Para pelaku UMKM dapat memasarkan produknya melalui media sosial, situs jual beli online dan sebagainya. Pada kegiatan pemberdayaan ini memberikan pendampingan mengenai cara melakukan jual beli online. Untuk melakukan pendampingan dimasa Covid-19 ini kegiatan tersebut dilakukan secara online yakni melalui grup Whatsapp dan Zoom. Grup Whatsapp tersebut merupakan grup whatsapp yang digunakan oleh para pelaku UMKM. Adapun grup Whatsapp tersebut yaitu :



Gambar 2. Grup Whatsapp Yang Digunakan Untuk Pendampingan

Dalam grup tersebut terdapat 151 peserta. Pada saat dilakukan pendampingan melalui aplikasi *zoom meeting*, ada sebanyak 122 peserta yang ikut berpartisipasi. Kegiatan pemasaran online dalam proses pendampingan ini adalah dengan menggunakan instagram dan *Shopee*.

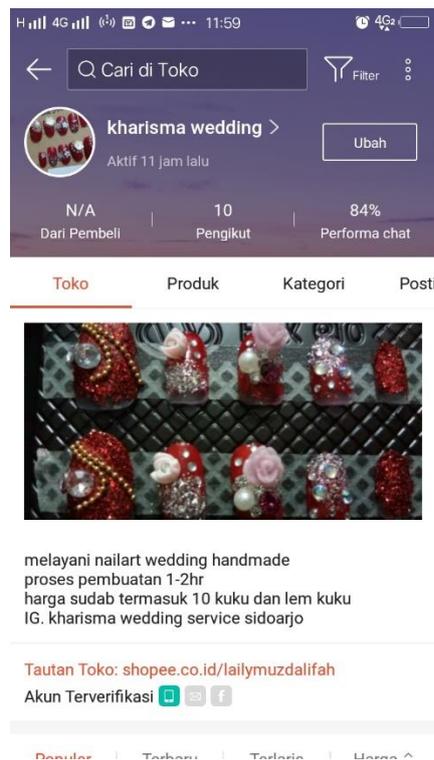
Instagram merupakan salah satu aplikasi yang mana memungkinkan pengguna untuk mengupload foto dan video dan membagikan ke jejaring sosial. Instagram kini telah memiliki banyak fitur yang mana instagram pribadi menjadi instagram dengan akun bisnis. Instagram dapat disambungkan dengan *facebook* dan *twitter*. Instagram yang sudah beralih dengan akun bisnis dapat

mempromosikan akun instgramnnya. Berikut adalah salah satu contoh dari akun instgram yang sudah beralih ke akun bisnis:



Gambar 3. Contoh Hasil Instagram Peserta Yang Sudah Beralih Ke Dalam Akun Bisnis

Setelah menggunakan akun instgram yang beralih menjadi akun bisnis, maka pelaku UMKM memulai memasukkan bisnis dengan menjual produk disitus jual beli *online* yaitu di *shopee*. Adapun hasil contoh dari produk yang dijual di *Shopee* adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Contoh Toko *Online* Di *Shopee* Yang Telah Dibuat Oleh Peserta

Survei hasil pemberdayaan melalui kuesioner

Kuesioner ini dibuat dengan tujuan mengetahui hasil dari kegiatan pemberdayaan ini. Setelah melihat video yang ada di youtube tentang motivasi bagi pelaku UMKM dan mengikuti pendampingan pemasaran secara online, para pelaku UMKM diminta untuk mengisi kuesioner. Kuesioner tersebut



diisi oleh responden sebanyak 115 peserta. Adapun hasil dari kuesioner tersebut adalah sebagai berikut:

No.	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Saya menciptakan atau menambah jenis produk pada era Covid-19 dan era New Normal		2	2	13	98
2.	Saya melakukan lebih banyak kegiatan usaha secara online pada era Covid-19 dan era New Normal				36	79
3.	Saya melakukan pemasaran melalui media sosial dan situs jual beli online				35	80
4.	Saya lebih aktif untuk menghubungi konsumen pada era Covid-19 dan era New Normal			25	37	53
5.	Saya memperoleh pendapatan relatif yang stabil dan meningkat pada era Covid-19 dan era New Normal		16	27	72	0
6.	Saya merasa resiko berbisnis pada era Covid-19 dan era New Normal lebih besar dari sebelumnya				67	48
7.	Saya berani mengambil resiko pada era Covid-19 dan era New Normal dengan terus produksi dan menjual produk				47	68
8.	Saya tidak mengurangi karyawan pada era Covid-19 dan era New Normal			7	76	32
9.	Saya bangga dengan bisnis yang saya miliki				15	100
10.	Saya memiliki keuntungan cukup tinggi dengan menjalankan bisnis saat ini			35	37	43
11.	Saya merasa dihormati dan dipandang baik oleh orang lain dengan memiliki bisnis ini				56	59
12.	Saya mempunyai tanggung jawab yang cukup besar pada bisnis saat ini				76	39
13.	Saya adalah pengambil keputusan dengan apapun yang terjadi pada bisnis saat ini				24	91
14.	Saya senang membina persahabatan baik dengan konsumen, pesaing maupun mitra usaha			6	25	84
15.	Saya tidak suka memiliki perselisihan dengan orang lain baik dengan karyawan, teman maupun pesaing				47	68
16.	Saya selalu mengutamakan kepuasan pelanggan				7	108
17.	Saya selalu menjaga nama baik bisnis saat ini				6	109
18.	Saya selalu menjaga hubungan baik dengan distributor maupun supplier				4	111

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa setelah mengikuti kegiatan pemberdayaan ini para pelaku UMKM melakukan kegiatan usaha secara *online*. Kegiatan usaha yang dimaksud juga termasuk kegiatan pemasaran produk yang mana dalam pemasaran online para pelaku UMKM memasarkan produknya melalui media sosial dan situs jual beli *online*. Dengan adanya pemberian motivasi dan melakukan pendampingan maka para pelaku UMKM dapat mempertahankan usaha bisnisnya dimasa covid-19 dan era new normal ini.

SIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu para pelaku UMKM Sidoarjo agar tetap bertahan pada masa pandemi covid-19 dan di era new normal. Kegiatan pemberdayaan ini dilakukan dengan 3 tahap yaitu membuat video motivasi, pendampingan melakukan pemasaran online melalui media sosial dan situs jual beli online dan melakukan survei hasil kegiatan. Berdasarkan hasil survei kuesioner yang telah sebarakan melalui angket *google form*



diketahui bahwa para pelaku UMKM sudah melakukan sebagian besar kegiatan bisnisnya secara online dan melakukan pemasaran secara *online*.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, Tri Siwi. 2019. Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Imamatul Silfia. 2020. Mengenal lagi virus corona, mulai ciri-ciri, bentuk, hingga penyebarannya. (online) melalui <https://kesehatan.kontan.co.id/news/mengenal-lagi-virus-corona-mulai-ciri-ciri-bentuk-hingga-penyebarannya?page=all>, diakses : 15 Agustus 2020.
- Kemenko PMK. 2020. Pembatasan Sosial Berskala Besar. Melalui <https://www.kemenkopmk.go.id/pembatasan-sosial-berskala-besar>, diakses : 15 Agustus 2020.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2020. Pertanyaan dan Jawaban terkait Covid-19. Melalui <https://www.kemkes.go.id/folder/view/full-content/structure-faq.html>, diakses : 15 Agustus 2020.
- Manap, Abdul. 2018. Manajemen Kewirausahaan. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sasana Digital. 2020. Apakah yang dimaksud dengan GO DIGITAL?. Melalui <https://sasanadigital.com/apakah-yang-dimaksud-dengan-go-digital/>, diakses : 15 Agustus 2020.
- Suryana. 2014. Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Triatmanto, Boge, dkk. 2019. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Batik “Zheng” di Desa Sengguruh Kabupaten Malang. SENASIF ISSN :2598-0076 (online) melalui <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/228/188>, diakses : 15 Agustus 2020.