

Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi *Covid-19*

Andi Erna Mulyana¹, Rahmat Hidayat¹, Nur Rahmah Andayani¹, Sri Zuliarni¹, Aditya Wirangga Pratama¹, Maryani Septiana¹, Hajan Hidayat¹, Yulinda¹, Diah Amaliah¹, Muhammad Ikhlah¹, Sugeng Riadi¹, Desi Ratna Sari¹, Slamet Soebagiyo¹

¹Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Jl. Ahmad Yani, Batam, Indonesia

Abstract— Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in the economy of Indonesian society. The existence of MSMEs is very useful in terms of distributing people's income. From this point, it is necessary to carry out training to support the sustainability of MSMEs and help them overcome various problems, from the management aspect to the capital aspect. Especially during the pandemic Covid-19, where many MSMEs are threatened with their survival. At this moment, in pandemic situation, many MSMEs got the impact from the operational, to the managerial aspect, as well as in their financial aspect that caused the decline of their income, it even has an impact on business closure, especially for independent business owners who are highly dependent on the daily income. For this reason, the purpose of this community service activities that will be carried out with the method of socialization and counseling through the digital system is to provide information and additional knowledge needed by MSMEs. Through this activity, it is hoped that MSME players can gain additional knowledge related to business management during unexpected times such as the Covid-19 pandemic. The information and knowledge provided will be packaged in the form of socialization and counseling videos. The implementation method is carried out by online and webinar activities with MSMEs in Batam. The results of the activities were the socialization and counseling materials in digital form that could be accessed by MSMEs by utilizing the current information technology.

Keywords— MSMEs, Pandemic Covid-19, Business Development, Digitalize Training.

Abstrak— Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Melihat dari peranan tersebut, perlu dilakukan pelatihan guna menunjang keberlangsungan dari UMKM dan membantu mereka mengatasi berbagai permasalahan yang ada dari aspek manajemen hingga aspek permodalan yang dibutuhkan. Terlebih dimasa pandemi *Covid-19* saat ini, dimana banyak UMKM terancam keberlangsungannya. Dimasa pandemi saat ini banyak UMKM yang terpengaruh di segi operasional, manajerial, hingga finansial yang dapat mengakibatkan menurunnya tingkat pemasukan, bahkan berdampak pada penutupan usaha, khususnya bagi pemilik usaha mandiri yang sangat bergantung pada tingkat pemasukan harian dari usaha yang dijalankan. Untuk itu tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dengan metode sosialisasi dan penyuluhan melalui sistem digital ini adalah memberikan informasi dan tambahan pengetahuan yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM. Melalui kegiatan ini diharapkan para pelaku UMKM dapat memperoleh tambahan pengetahuan terkait pengelolaan usaha dimasa-masa tak terduga seperti masa pandemi *Covid-19*. Informasi dan pengetahuan yang diberikan akan dikemas dalam bentuk video sosialisasi dan penyuluhan. Metode pelaksanaan dilaksanakan secara daring dan disertai dengan kegiatan webinar bersama para pelaku UMKM di Batam. Hasil dari kegiatan yang dilaksanakan yaitu adanya materi sosialisasi dan penyuluhan dalam bentuk digital yang dapat diakses oleh pengusaha UMKM dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada saat ini.

Kata Kunci— UMKM, Pandemi *Covid-19*, Pengembangan Usaha, Pelatihan Secara Digital.

I. PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari kegiatan ekonomi masyarakat bangsa yang saat ini semakin dikembangkan. Hal ini dikarenakan keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar sehingga menjadi salah satu solusi dalam mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja.

Di zaman digital saat ini, semakin banyak *e-commerce* dan *marketplace* membuat perkembangan UMKM semakin pesat. Perkembangan ekonomi kreatif tidak terlepas dari *e-commerce* di Indonesia. Oleh karena pentingnya UMKM ini maka perlu dilakukan pelatihan UMKM guna menunjang keberlangsungan dari UMKM di Indonesia dan membantu mereka mengatasi berbagai permasalahan yang ada seperti aspek pengelolaan atau manajemen hingga aspek permodalan yang dibutuhkan.

Pelatihan yang sifatnya paduan pengembangan UMKM menjadi sangat penting, terlebih di kondisi saat ini, dimana pandemi *Covid-19* telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Banyak usaha yang terancam keberlangsungannya termasuk UMKM. Pengaruh pandemi ini banyak memberikan pengaruh dari segi operasional, manajerial, hingga finansial yang dapat mengakibatkan kerugian hingga penutupan usaha. Terlebih lagi pemilik UMKM merupakan pelaku usaha mandiri, dimana mereka sangat bergantung pada produktivitas kesehariannya. Untuk itu, melalui pelatihan diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dengan meningkatkan ketrampilan dalam proses produksi maupun peningkatan manajerial, operasional, dan finansial. Melalui pelatihan bisnis terutama peningkatan ketrampilan, pemilik UMKM diajarkan untuk meningkatkan produktivitas produksi sehingga didapatkan hasil yang optimal. Dengan pelatihan juga mampu melatih ketrampilan manajerial dari pelaku UMKM dimana akan diajarkan tentang bagaimana pemecahan masalah-masalah yang dapat mengganggu produktivitas usaha.

Dengan mengenal teknologi informasi yang ada saat ini, maka sangat memungkinkan untuk mengemas program-program pelatihan untuk pengembangan UMKM dalam bentuk digital, dimana materi pelatihan dapat diakses oleh peserta dengan memanfaatkan sistem informasi yang ada. Selain dapat menggiring pelaku UMKM untuk lebih terbiasa menggunakan teknologi yang ada, metode ini juga menyesuaikan dengan kondisi saat ini dimana wabah *Covid-19* mengharuskan masyarakat untuk melakukan *social distancing*.

Berdasarkan latar belakang tersebut Jurusan Manajemen Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Terapan mengajukan gagasan untuk melakukan kegiatan pengabdian Pengembangan

UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi *Covid-19*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Sektor UKM di Indonesia, umumnya mempunyai ciri-ciri seperti kegiatan usaha yang tidak terorganisasikan secara baik, karena timbulnya unit usaha tidak mempergunakan fasilitas/kelembagaan yang tersedia, tidak mempunyai izin usaha, pola kegiatan usaha tidak teratur baik dalam arti lokasi maupun jam kerja, pada umumnya kebijakan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi lemah tidak sampai ke sektor ini. Pada umumnya UKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai permasalahan yang menghambat kegiatan usahanya. Berbagai hambatan tersebut meliputi kesulitan pemasaran, keterbatasan finansial, keterbatasan SDM berkualitas, masalah bahan baku, keterbatasan teknologi dan infrastruktur pendukung.

Studi yang dilakukan oleh *International Labour Organization* (ILO) seperti dikemukakan dalam (Sriyana, 2010), dijelaskan bahwa aktivitas-aktivitas UKM tidak terbatas pada pekerjaan-pekerjaan tertentu, tetapi bahkan juga meliputi berbagai aktivitas ekonomi yang antara lain ditandai dengan:

- Mudah untuk dimasuki
- Bersandar pada sumberdaya local
- Usaha milik sendiri
- Opersinya dalam skala kecil
- Padat karya dan teknologinya bersifat adaptif
- Keterampilan dapat diperoleh di luar sistem sekolah formal
- Pasarnya bersifat kompetitif.

Studi yang dilakukan ILO ini menyebutkan sektor UKM mempunyai ciri yaitu ukuran usaha kecil, kepemilikan keluarga, intensif tenaga kerja, status usaha individu dan tanpa promosi.

2.2 Tantangan dan Upaya Pengembangan UMKM

Daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain itu, penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan bahkan lebih dan dapat menghasilkan nilai. Semua perusahaan, khususnya UKM bersaing untuk menjadi yang terdepan dalam era persaingan. Oleh karena itu, setiap UKM dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi, sehingga harus mulai memperbaiki diri. UKM yang memiliki daya saing tinggi ditandai dengan kemampuan sumber daya manusia (SDM) yang andal, penguasaan pengetahuan yang tinggi, dan penguasaan perekonomian.

Selanjutnya menurut (Rahmana, 2009), UKM perlu memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UKM adalah dengan melalui pemanfaatan TI. Dengan pemanfaatan TI akan mendorong UKM untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya. Dengan kondisi tersebut kegiatan pengembangan UMKM perlu di arahkan untuk melakukan analisis daya saing dan merumuskan upaya-upaya peningkatan daya saing dalam rangka pembangunan daya saing dan perekonomian nasional. Mempertajam peningkatan daya saing usaha yang searah dengan persaingan usaha ke depan. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dan terus bertambah, sangat membutuhkan keberadaan UMKM yang kuat, berdaya saing di pasar dalam negeri maupun global. UMKM adalah kunci bagi peningkatan kualitas hidup bangsa, sekaligus kunci bagi ketahanan perekonomian nasional. Perlu kebijakan yang didukung seluruh pemangku kepentingan, untuk menempatkan pasar dalam negeri sebagai basis pengembangan UMKM.

Beberapa temuan penelitian sebelumnya menyatakan lemahnya daya saing UMKM disebabkan beberapa masalah yang dihadapi oleh para UMKM. (Hamid & Susilo, 2011) menyimpulkan dari hasil penelitiannya beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM di Provinsi DIY, antara lain: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal.

Akan tetapi terdapat pula beberapa kelemahan UMKM di Indonesia seperti bidang manajemen, organisasi, teknologi, permodalan, operasional dan teknis di lapangan, terbatasnya akses pasar, kendala perizinan, serta biaya-biaya non-teknis di lapangan yang sulit untuk dihindarkan (Lestari, 2013).

Kemudahan akses serta peningkatan capacity building dalam bentuk pelatihan dan kegiatan penelitian yang menunjang pemberian kredit kepada UMKM serta pembentukan pusat pengembangan UMKM berbasis IT dianggap mampu mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di era teknologi informasi (Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, 2011). Berkaitan dengan era global, persaingan perdagangan bebas dan globalisasi, pangsa pasar perlu diperluas oleh UMKM (Purwanti, 2016). Ketika pangsa pasar luas, maka penciptaan kompetensi inti menjadi strategi kunci untuk memenangkan persaingan, karena Peluang strategis bangsa Indonesia dalam persaingan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) adalah di e-UMKM (Hasibuan, 2016). Pemerintah perlu membuat kebijakan khusus sebagai stimulus pada sektor UMKM agar meningkatkan profitabilitas dan rentabilitas UMKM, serta diperlukan pula peningkatan pengetahuan dan keahlian bankir syariah pada dunia UMKM

disemua sektornya (Lestari, 2013). Kerjasama intensif dengan lembaga mikro syariah dapat menunjang pengembangan UMKM selain itu juga dapat dilakukan dengan strategi meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), Kerjasama, Modal dalam negeri dan diversifikasi produk untuk perluasan pasar.

2.3 Peran Sosialisasi dan Penyuluhan bagi UMKM

Hasil penyuluhan dan pelatihan kepada kelompok UKM pengolahan pangan dan Kelompok UKM Batik menunjukkan bahwa pemahaman peserta sesudah pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan ternyata sudah mengalami peningkatan dalam hal peningkatan inovasi dan kreativitas kewirausahaan, peningkatan keberanian mengambil resiko yang moderat, peningkatan kemampuan mendapatkan akses permodalan, peningkatan kemampuan membuat pembukuan yang benar sesuai dengan kaidah akuntansi, dan peningkatan kemampuan dalam melakukan strategi pemasaran hasil produk barang dan jasa (Santoso, Indarto, & Santoso, 2017).

Aspek pemasaran, pemahaman dan kemampuan pengusaha tentang penggunaan media yang digunakan dalam peningkatan pemasaran bertambah, baik melalui offline maupun online, dengan memanfaatkan teknologi informasi dan penggunaan merk produk, sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Aspek keuangan, pendampingan pembukuan keuangan sederhana yang telah dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan dan kompetensi mitra dalam menentukan laba dan omset yang ingin diperoleh, serta kemampuan untuk memisahkan antara modal pribadi dan modal usaha. Aspek produksi, penciptaan inovasi produk madumongso melalui varian rasa, varian bahan baku, varian ukuran dan kemasan, yang dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan dalam pengembangan variasi produk. Di samping hal tersebut, pemanfaatan teknologi tepat guna dapat meningkatkan produktivitas UMKM. Aspek legalitas, sosialisasi yang diberikan mengenai legalitas usaha mendorong UMKM untuk meningkatkan usaha yang dimiliki. Serta pendampingan pengurusan legalitas yang dilakukan, telah menghasilkan adanya pengakuan hukum bagi usaha yang dijalankan dalam bentuk Ijin Usaha Mikro Kecil (IUKM), Tanda Daftar Usaha (TDI) dan sertifikasi produk melalui PIRT, untuk meningkatkan daya saing produk dan menjangkau pasar yang lebih luas (Alifiana, Marka, & Azis, 2018).

2.4 Peran Teknologi Digital dalam Berwirausaha

Hadirnya Teknologi Informasi (TI) mengubah cara dalam bisnis dengan memberikan peluang dan tantangan baru yang berbeda dengan cara konvensional. TI merupakan salah satu pilar utama pembangunan peradaban manusia saat ini yang harus mampu memberi nilai tambah bagi masyarakat luas. Pelaku bisnis di Indonesia semakin menyadari kekuatan internet dan perangkat digital dalam peningkatan kinerja usahanya (Deloitte, 2016). Situs, media sosial, dan aplikasi *mobile messaging* merupakan media yang sangat penting bagi pelaku UKM dalam

berinteraksi dengan konsumen. Sebanyak 38% pemilik dan manager bisnis menyatakan bahwa situs merupakan hal yang sangat penting bagi mereka untuk berinteraksi dengan konsumen, sedangkan 32% dan 23% memilih media sosial dan aplikasi *mobile messaging* dalam berinteraksi dengan konsumen.

Adopsi teknologi digital terbukti dapat meningkatkan kinerja UKM, terutama pada peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri dan peningkatan penjualan. Selain itu kesulitan UKM dalam memperluas jangkauan pasar dapat tersolusikan dengan mendorong UKM untuk mengadopsi teknologi digital melalui penyediaan solusi *managed service operational* layanan *ecommerce* dan mempercepat pengembangan *advertising* agar UKM memperoleh sarana promosi melalui sosial media marketing yang efektif dan efisien (Slamet, et al., 2016).

Akan tetapi permasalahan yang paling mendasar dari kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan TI sebagai sarana pendukung pengelolaan usahanya adalah persoalan kemampuan pengetahuan dan keterampilan (skill), serta persoalan infrastruktur (Saleh & Hadiyat, 2016). Oleh karena itu diperlukan suatu upaya untuk lebih memasyarakatkan TI ini sehingga dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk memasyarakatkan TI pada UMKM yaitu melalui program-program sosialisasi dan pelatihan. Salah satu hasil program kegiatan terkait hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya pelaksanaan pelatihan *internet marketing* pada pelaku UMKM menunjukkan adanya pemahaman mengenai arti dan penerapan dari *scalling up skill* dalam hal akses teknologi informasi untuk keberlanjutan usaha, serta penggunaan media sosial sebagai media promosi menjadikan pengusaha UMKM lebih terbuka dengan teknologi (Yamani, Muhammad, & Faiz, 2019).

Penggunaan media digital potensial untuk memperkaya dan menawarkan kesempatan untuk belajar dan melakukan literasi dengan mudah. Menggunakan media digital memungkinkan sasaran untuk menggunakan, aktif, membangun kedekatan dan mendorong kemampuan untuk belajar. Akan ada banyak manfaat yang dapat dirasakan jika UMKM mampu untuk menguasai ranah digital. Teknologi informasi memiliki sejumlah keuntungan diantaranya memberikan peluang memperluas akses pasar, sebagai media pemasaran, dan masih banyak lagi (Kervin, 2016).

III. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Sosialisasi dan Penyuluhan Digital untuk Pengembangan UMKM telah dan akan dilaksanakan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

3.1. Tahap Perencanaan

Berikut tahapan perencanaan yang dilaksanakan sebagai tahap awal kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini:

- 1) Tim melakukan survey data secara online untuk mengidentifikasi dan menganalisis perkembangan UMKM yang ada saat ini, khususnya di Kota Batam.
- 2) Tim saling berkoordinasi untuk menentukan spesifikasi materi sosialisasi dan penyuluhan yang nantinya akan dikembangkan.
- 3) Tim melakukan penyiapan materi sesuai dengan kebutuhan pelaksanaan sosialisasi dan penyuluhan.
- 4) Menyiapkan jadwal kegiatan sesuai dengan perencanaan yang telah terprogram.

3.2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Setelah dilakukan perencanaan kegiatan, tahap pelaksanaan dilaksanakan sesuai dengan rencana dan jadwal yang diprogramkan.

- 1) Penyusunan materi sosialisasi dan penyuluhan

Pada tahapan pelaksanaan ini, tim menyusun materi sosialisasi dan penyuluhan yang terdiri dari:

- Media Komunikasi Digital bagi UMKM
- *Platform e-commerce* sebagai media komunikasi digital
- Stimulus Pendanaan Usaha untuk UMKM
- Pengelolaan Keuangan bagi UMKM
- Keterampilan Manajerial untuk UMKM

- 2) Pembuatan video sosialisasi dan penyuluhan

Pada tahapan pelaksanaan ini, materi yang telah disusun divisualisasikan dalam format video yang menarik dan mudah dipahami.

- 3) Pendistribusian video sosialisasi dan penyuluhan

Pada tahapan pelaksanaan ini, video sosialisasi dan penyuluhan didistribusikan melalui media dan *platform* yang dapat diakses dengan mudah oleh pengusaha UMKM. Pada tahapan ini juga disertai dengan kegiatan webinar untuk memperkenalkan video-video pelatihan kepada UMKM di Kota Batam.

3.3. Tahap Penyusunan Laporan Kegiatan

Penyusunan laporan kegiatan pengabdian akan terbagi menjadi 2 tahap, yaitu laporan kemajuan kegiatan pengabdian dan laporan akhir kegiatan pengabdian. Selain itu, hasil kegiatan pengabdian ini akan dipublikasikan ke dalam jurnal pengabdian masyarakat.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Kegiatan

4.1.1 Survey Awal

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan kegiatan survey yang dilakukan melalui media *online*. Tim mengumpulkan data dan informasi terkait kondisi UMKM selama masa pandemi *Covid-19*. Adapun hasil survey yang dilakukan adalah sebagaimana gambar 1 berikut:



Gambar 1. Penurunan Penjualan Sektor UMKM Akibat Covid-19

Sumber: Asosiasi Business Development Service Indonesia, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), 13 April 2020

Pandemi *Covid-19* memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia. Gambar diatas menunjukkan besarnya penurunan tingkat penjualan sektor UMKM sebagai dampak dari pandemi yang terjadi dalam kurun waktu beberapa bulan terakhir. Sebesar 36,7% UMKM terancam gulung tikar karena tidak adanya penjualan pada usaha mereka, dan hanya 3,6% yang mengalami peningkatan penjualan. Terdapat 4,5% yang tidak dapat melakukan pengembangan usaha. Tidak hanya itu, banyak UMKM yang mengalami penurunan tingkat penjualan sampai 60% bahkan ada yang melebihi angka tersebut. Sehingga ini menunjukkan bahwa perlu adanya upaya-upaya baru yang dapat membantu sektor UMKM ini tetap bertahan, mengingat bahwa UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat. Peranan UMKM sangat penting bagi masyarakat kecil, diantaranya yaitu sebagai sarana mengentaskan masyarakat dari jurang kemiskinan, sebagai sarana meratakan tingkat perekonomian rakyat, serta memberikan devisa bagi negara.

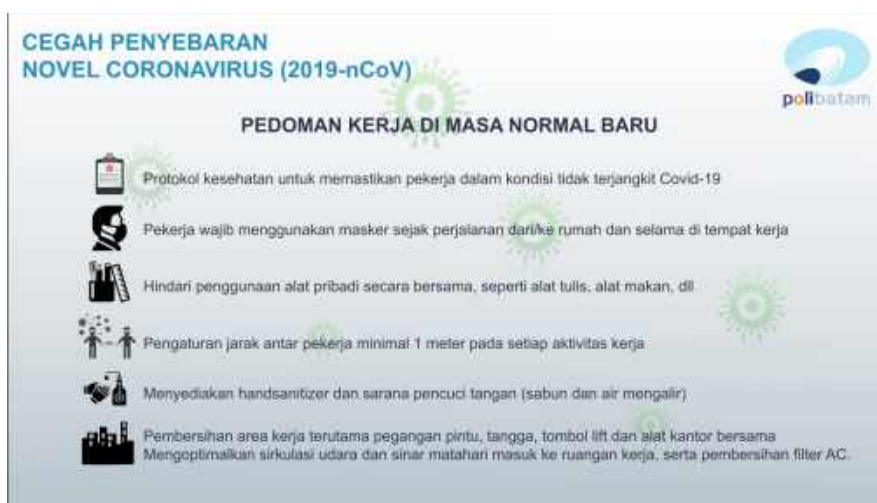
Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) melakukan survey kajian cepat dampak pandemi *Covid-19* terhadap kinerja UMKM Indonesia yang dilaksanakan secara *daring* dari bulan Mei 2020 dan melibatkan 679 valid responden dengan mata pencaharian utama sebagai

pelaku usaha menunjukkan hasil dimana 94,69% usaha mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan skala usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 49,01% usaha ultra-mikro, 43,3% usaha mikro, 40% usaha kecil, dan 45,83% usaha menengah. Sedangkan berdasarkan lama usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 23,27% usaha berusia 0-5 tahun, 10,9% usaha berusia 6-10 tahun dan 8,84% usaha yang telah berjalan lebih dari 10 tahun.

Salah satu sektor bisnis yang semakin berkembang pesat bahkan mengalami lonjakan peningkatan dikarenakan semakin dibutuhkan selama pandemi berlangsung adalah sektor *e-commerce* yang dalam beberapa tahun ini memang sudah mulai berkembang. Dengan munculnya wabah pandemi, banyak bidang usaha yang tadinya masih mampu berkembang secara konvensional juga mulai merambah sektor *e-commerce* sebagai upaya untuk mempertahankan bidang usaha yang dirintis. Sehingga selama pandemi berlangsung, *e-commerce* diproyeksikan akan terus berkembang dan akan menjadi salah satu solusi yang andal bagi para pelaku usaha dalam mempertahankan usahanya.

4.1.2 Video Pelatihan

Dalam kegiatan ini terdapat lima judul video pelatihan yang dikembangkan. Video pelatihan yang berdurasi 8 sampai 15 menit ini memaparkan secara singkat dan padat mengenai informasi-informasi terkait kelima tema pelatihan yang diangkat. Selain itu, video pelatihan ini juga disertai dengan himbauan penerapan protokol *new normal* di tempat kerja sebagai salah satu bentuk kepedulian terhadap kesehatan dan keselamatan ditempat kerja. Gambar 2 berikut merupakan potongan video yang menjelaskan himbauan penerapan protokol kesehatan di tempat kerja di era *new normal*.



Gambar 2. Potongan Video mengenai Himbauan Pedoman Kerja di Masa *New Normal*

Adapun judul video pelatihan yang dibuat adalah sebagai berikut:

- Media Komunikasi Digital bagi UMKM
- *Platform e-commerce* sebagai media komunikasi digital
- Stimulus Pendanaan Usaha untuk UMKM
- Pengelolaan Keuangan bagi UMKM
- Keterampilan Manajerial untuk UMKM

Video-video pelatihan ini pertama kali diperkenalkan pada saat pelaksanaan webinar dengan tema yang sama. Video pelatihan tersebut juga dapat diakses pada youtube channel Polibatam TV, pada link berikut: <https://www.youtube.com/watch?v=b2kuchr4yJ8> .

4.1.3 Kegiatan Webinar

Video latihan didistribusikan melalui media dan *platform* yang dapat diakses dengan mudah oleh pengusaha UMKM. Pada tahapan ini juga disertai dengan kegiatan webinar untuk memperkenalkan video-video pelatihan yang dibuat kepada UMKM di Kota Batam.

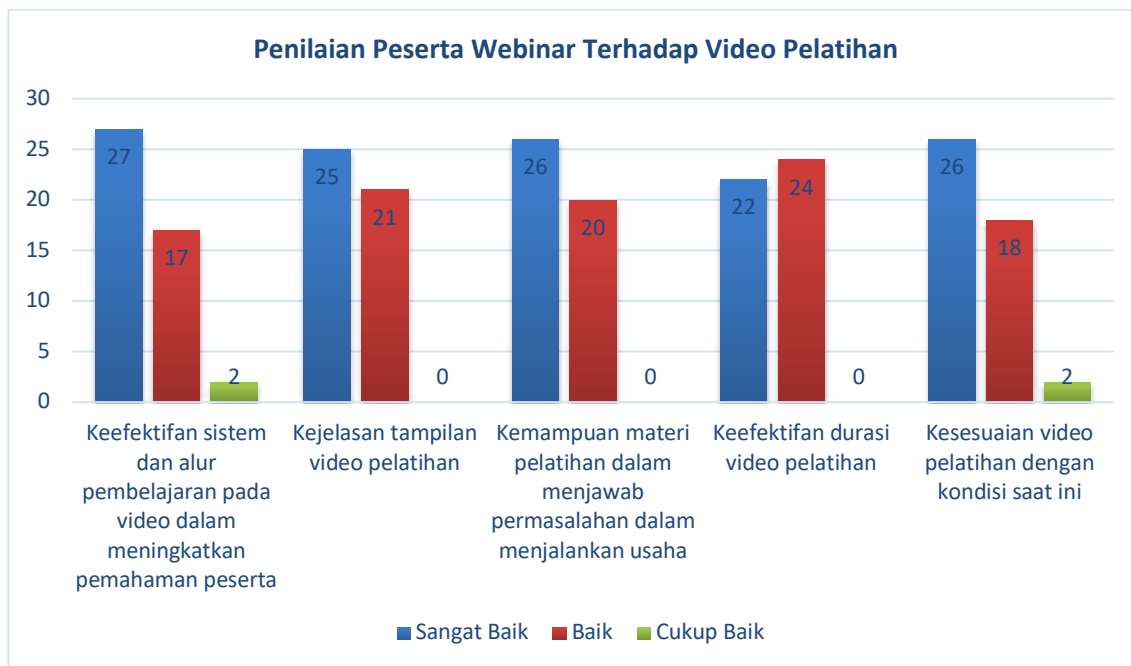
Sebagai kegiatan tambahan yang dilaksanakan sebagai rangkaian kegiatan pengabdian ini adalah diskusi bersama pelaku UMKM di Kota Batam yang akan dikemas dalam bentuk webinar. Kegiatan ini bertajuk *sharing session* mengenai pengalaman serta upaya strategi yang diambil oleh para pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam mempertahankan usaha mereka di masa pandemi *Covid-19*.

Kegiatan webinar ini dilaksanakan pada hari Jumat, 18 September 2020, mulai pukul 08.30 – 11.30 WIB dengan menggunakan aplikasi *zoom*. Pada webinar ini terdapat tiga pembicara utama yaitu ibu Shinta Wahyu Hati yang merupakan dosen Jurusan Manajemen Bisnis bidang Kewirausahaan dan UMKM, serta Lucky One dan Rianty Yulia Ningsih yang merupakan pelaku UMKM di kota Batam.

Dari kegiatan webinar yang dilaksanakan diperoleh umpan balik dari peserta terkait video pelatihan dan pelaksanaan webinar. Responden kuesioner umpan balik ini diisi oleh 46 orang peserta webinar dengan hasil sebagai berikut:

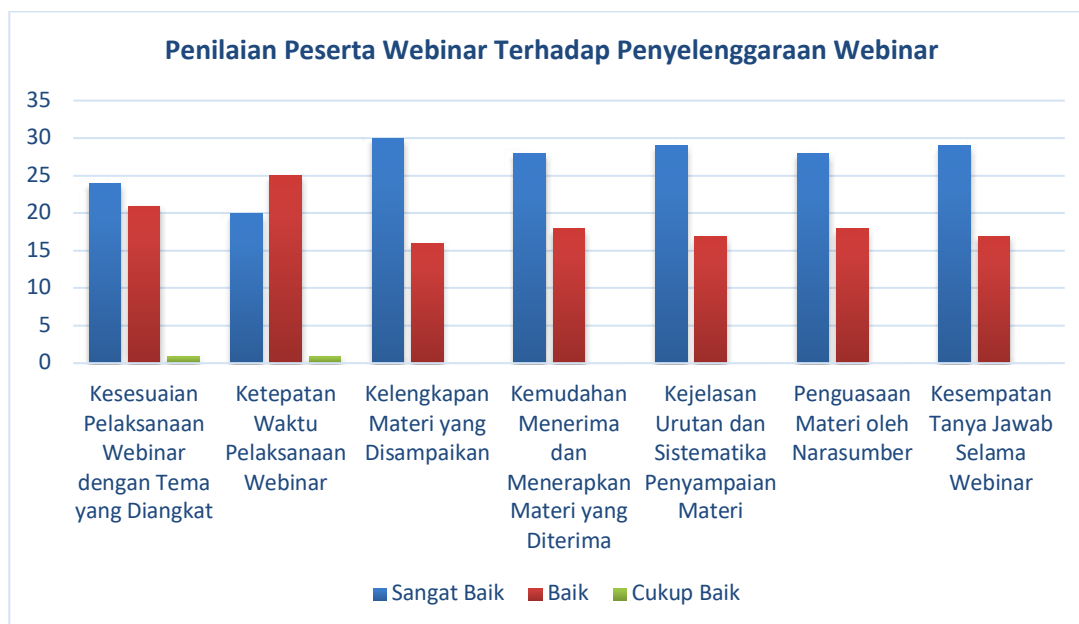
a) Tanggapan terhadap video pelatihan

Gambar 3 berikut menunjukkan respon peserta webinar terhadap video pelatihan yang ditunjukkan di awal acara. Secara garis besar peserta webinar berpendapat bahwa video pelatihan yang ditunjukkan dapat memberikan informasi terkait pengembangan usaha selama pandemi serta dari segi tampilan video juga dianggap sudah baik dalam membantu peserta dalam memahami isi materi dan informasi yang coba disampaikan dalam video.



Gambar 3. Hasil Kuesioner Umpan Balik Terkait Video Pelatihan

b) Tangapan terhadap pelaksanaan webinar



Gambar 4. Hasil Kuesioner Umpan Balik Terkait Penyelenggaraan Webinar

Gambar 4 di atas menunjukkan respon peserta webinar terhadap kualitas webinar yang diselenggarakan. Mayoritas peserta menyatakan bahwa kegiatan webinar yang diselenggarakan sudah sangat baik dimana tema dan materi yang disampaikan sudah sangat sesuai serta narasumber yang dihadirkan juga sangat baik dalam menyampaikan materi. Selain itu peserta

juga menganggap sesi tanya jawab berlangsung sangat baik. Waktu pelaksanaan kegiatan juga sudah dianggap baik oleh rata-rata peserta yang hadir.

4.2. Pembahasan

Langkah awal dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi Covid-19 ini dimulai dengan kegiatan perencanaan oleh tim kemudian kegiatan pelaksanaan kegiatan yang diawali dengan kegiatan survey secara online untuk melihat kondisi terkini UMKM di Indonesia dan dampak pandemi covid-19 terhadap perkembangan UMKM. Berdasarkan hasil survey, dapat diidentifikasi tema-tema pelatihan yang sekiranya dapat membantu pelaku UMKM dalam menambah informasi dan pengetahuan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha di masa pandemi Covid-19.

Secara keseluruhan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan lima video pelatihan dengan tema yang berbeda, dan kemudian disertai dengan kegiatan webinar sebagai salah satu wadah untuk memperkenalkan video-video pelatihan tersebut berlangsung dengan baik dan mendapatkan tanggapan positif dari peserta.

Berdasarkan kuesioner umpan balik terkait video pelatihan, mayoritas responden menyatakan bahwa video-video pelatihan tersebut sudah sangat baik dalam menyalurkan informasi yang diperlukan oleh peserta. Tampilan visual video mendapatkan respon yang sangat baik dari responden, dimana 54,3% responden sangat setuju bahwa video yang ditampilkan dengan jelas. Selain itu, salah satu tujuan pembuatan video pelatihan pada kegiatan ini adalah untuk membantu para target UMKM dalam meningkatkan pemahaman mengenai pengembangan usaha serta membantu mereka dalam menemukan pemecahan dari permasalahan yang dihadapi saat ini. Hasil kuesioner umpan balik juga menunjukkan pendapat responden mengenai kemampuan materi pelatihan dalam menjawab permasalahan dalam menjalankan usaha mereka, dimana 56,5% sangat setuju dan 43,5% setuju dengan hal ini.

Video pelatihan yang dikembangkan pada kegiatan ini berdurasi 8-15 menit, dan durasi video ini dianggap sudah efektif oleh target responden, dimana 52,2% setuju dan 47,8% menyatakan sangat setuju. Lama durasi video dianggap sudah sesuai dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan secara singkat dan jelas. Selain itu, kesesuaian materi video pelatihan dengan kebutuhan informasi pelaku UMKM saat ini juga mendapatkan respon yang baik dari responden, dimana 56,5% responden sangat setuju bahwa video pelatihan yang didistribusikan sudah sesuai dengan kondisi UMKM saat ini.

Selain tanggapan peserta webinar mengenai video-video pelatihan yang ditunjukkan sebagai pembuka kegiatan, pelaksanaan webinar itu sendiri juga mendapatkan tanggapan yang sangat positif, dimana mayoritas peserta webinar menganggap penyelenggaraan kegiatan ini sudah

sangat baik mulai dari kesesuaian tema kegiatan, kelengkapan materi, kemudahan dalam memahami materi yang disampaikan, penyampaian materi yang sistematis, hingga penguasaan materi oleh narasumber serta kesempatan tanya jawab bagi peserta webinar.

Pada kegiatan webinar yang diisi oleh tiga narasumber utama yang terdiri dari satu narasumber dari akademisi dan dua narasumber dari praktisi UMKM dimana kegiatan berlangsung selama kurang lebih tiga jam memberikan informasi yang riil terkait kondisi perkembangan UMKM saat ini khususnya di Kota Batam. Para peserta webinar yang merupakan pelaku UMKM juga sangat aktif dalam memberikan tanggapan dan berbagi informasi terkait kondisi usaha mereka selama masa pandemi, sehingga kegiatan ini menjadi wadah untuk saling berbagi informasi serta strategi untuk mempertahankan usaha di masa pandemi covid-19 ini.

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh dosen Jurusan Manajemen Bisnis yang bertajuk Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi Covid-19 dilakukan dengan mengembangkan materi pelatihan dalam bentuk video. Terdapat lima topik pelatihan yang diangkat yaitu Media Komunikasi Digital bagi UMKM; *Platform e-commerce* sebagai media komunikasi digital; Stimulus Pendanaan Usaha untuk UMKM; Pengelolaan Keuangan bagi UMKM; Keterampilan Manajerial untuk UMKM, dimana topik tersebut disesuaikan dengan bidang ilmu manajemen bisnis dan informasi yang dirangkum dalam video merupakan informasi yang dianggap diperlukan oleh pelaku UMKM, khususnya di masa pandemi Covid-19.

Umpan balik peserta webinar terkait pelaksanaan webinar dan video pelatihan yang dihasilkan dalam kegiatan ini adalah sangat baik. Sebagian besar peserta yang menjadi responden menyatakan bahwa tema dan isi materi serta informasi yang dibagikan dalam video dan selama webinar dapat menambahkan informasi bagi mereka dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha di masa pandemi Covid-19. Video dan materi webinar yang disajikan sudah sangat sesuai dengan kebutuhan informasi oleh para pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan perkembangan usaha selama pandemi. Sehingga kedepannya diharapkan dapat diadakan kegiatan sejenis yang dapat menjadi wadah bagi para pelaku UMKM dalam berbagi informasi dan pengetahuan terkait pengembangan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian kepada masyarakat Politeknik Negeri Batam melalui kegiatan Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan

Usaha di Masa Pandemi Covid-19 dapat terselenggara dengan baik atas dukungan berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, tim menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

- 1) Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Batam yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.
- 2) Manajemen Jurusan Manajemen Bisnis, rekan-rekan dosen sebagai tim pengabdian, serta laboran dan mahasiswa yang terlibat dalam keseluruhan rangkaian kegiatan dan telah bekerja sama untuk mewujudkan kegiatan ini.
- 3) Pelaku UMKM kota Batam yang telah turut berpartisipasi dalam kegiatan webinar dan berbagi informasi terkait perkembangan UMKM saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifiana, M. A., Marka, M. M., & Azis, N. (2018, Desember). Pengembangan UMKM Madumongso Melalui Manajemen Usaha dan Legalitas Usaha. *ABDIMAS*, 22(2), 185-192.
- Asosiasi Business Development Service Indonesia, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), 13 April 2020
- Darwanto. (2013). Peningkatan Daya Saing UMKM . *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 142-149.
- Delloite. (2016). Pemicu Kemajuan Indonesia: Instrumen Pertumbuhan Bangsa. *FINANCE*.
- Hamid, E. S., & Susilo, S. Y. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi DI Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 45-55.
- Hasibuan, Z. A. (2016). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi Informasi dan Multimedia: Peluang dan Tantangan. *Seminar Nasional: Peran Teknologi Informasi dan Multimedia untuk Menjawab Tantangan Ekonomi Kreatif pada Era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)*.
- Kervin, L. (2016). Powerfull and Playfull Literacy Learning with Digital Technology. *Australian Journal of Language and Literacy*.
- Lestari, R. (2013). Perbankan Syariah Sebagai Daya Pendorong Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia. *Jurnal Universitas Jenderal Sudirman*, 3(1).
- Purwanti, I. (2016). Strategi Pengembangan Starup UMKM Berbasis Syariah Melalui Penciptaan Kompetensi Inti. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Syariah dalam Pemberdayaan Sektor Riil di Indonesia*.
- Rahmana, A. (2009). Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. *Seminar Nasional: Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009) Yogyakarta*.
- Saleh, B., & Hadiyat, Y. D. (2016). Penggunaan Teknologi Informasi di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Daerah Perbatasan. *Jurnal Pekommas*, 1(2), 141-152.
- Santoso, D., Indarto, & Santoso, A. (2017, September 2). Pemberdayaan Usaha Kecil Mikro (UKM) Menuju Kemandirian Melalui Pembinaan Kewirausahaan, Permodalan, dan Pemasaran di Kecamatan Tugu. *Education-Pengabdian Kepada Masyarakat (E-Dimas)*, 8(2).

- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Ilma, L. I. (2016, April). Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136-147.
- Sriyana, J. (2010). Strategi Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Studi Kasus di Kabupaten Bantul. *Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif*.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6, 51-58.
- Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. (2011). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas ASEAN. *Diakses pada kemenkeu.go.id*.
- Yamani, A. Z., Muhammad, A. w., & Faiz, M. N. (2019, Agustus). Penguatan Ekonomi Lokal pada Pelaku UMKM Berbasis Digital di Desa Wunduari Kabupaten Brebes. *Madani: Indonesian Journal of Civil Society*, 18(1), 24-28.