

## Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Ketahanan Ekonomi Masyarakat UMKM di Masa Pandemi Covid 19

Andy Dharmalau<sup>1</sup>, Dhila Franzely Dhimas Putra<sup>2</sup>, Indra Hiswara<sup>3</sup>, Lela Nurlaela<sup>4</sup>

, Septiana Ningtyas<sup>5</sup>, Usanto<sup>6</sup>

Prodi Teknik Informatika Fakultas Teknologi, ITB Swadharma Jakarta

Prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi, ITB Swadharma Jakarta

Email: [andy.d@swadharma.ac.id](mailto:andy.d@swadharma.ac.id), [dhila@swadharma.ac.id](mailto:dhila@swadharma.ac.id)

### Abstract

*Various measures have been taken by the government to control the speed of the spread of Covid 19. One of them is large-scale social restrictions for the community. The economic problems faced by UMKM residents in the Jembatan Besi village during this pandemic era, as a result of the restrictions on community activities not to leave the house or travel. This community service is carried out as one of the roles of academics in helping find solutions to problems that occur in the community. The target to be achieved from this community service is to hold seminars and training as assistance so that the economic problems of UMKM residents can be resolved. This mentoring program was implemented quite successfully, although it was carried out in a limited time. At the end of the event, the participants requested that continuous training be made on marketing and promotion techniques.*

**Keywords:** Digital Business, Online Business, Pandemic, UMKM

### Abstrak

Berbagai tindakan dilakukan oleh pemerintah untuk mengendalikan lajunya penyebaran Covid 19. Salah satunya adalah pembatasan sosial berskala besar bagi masyarakat. Masalah ekonomi yang dihadapi warga UMKM di kelurahan Jembatan besi pada era pandemi ini, sebagai dampak dilakukannya pembatasan kegiatan masyarakat untuk tidak keluar rumah atau bepergian. Pengabdian masyarakat ini dilakukan sebagai salah satu peran akademisi dalam membantu mencari solusi dari permasalahan yang terjadi di masyarakat. Target yang ingin dicapai dari pengabdian masyarakat ini adalah mengadakan seminar dan pelatihan sebagai pendampingan agar masalah ekonomi pada warga UMKM dapat teratasi. Program pendampingan ini dilaksanakan cukup sukses, meski dilakukan dalam waktu yang terbatas. Pada akhir acara para peserta, meminta agar dibuatkan pelatihan berkelanjutan tentang teknik teknik pemasaran dan promosinya.

**Kata Kunci:** Bisnis digital, Bisnis Online, Pandemi, UMKM

## A. PENDAHULUAN

Pemerintah mengumumkan ada warganya yang terjangkit virus corona, sebanyak dua kasus pasien positif Covid-19 ditemukan di Indonesia, pada tanggal 2 Maret Tahun 2020.

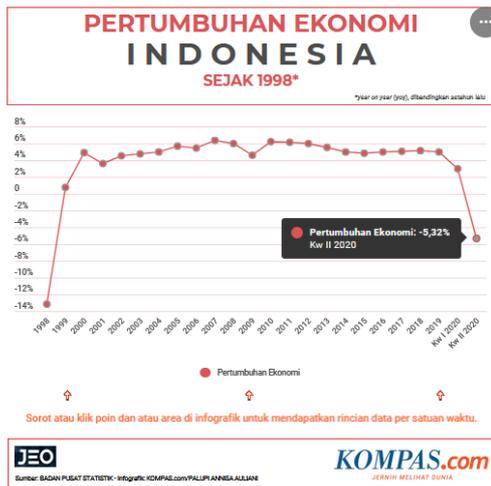
Waktu ini merupakan awal mulanya terjadinya pandemi covid di Indonesia (Ihsanuddin 2020). Indonesia adalah negara yang memiliki sektor wisata yang luas hal ini merupakan salah satu penyebab virus Corona mudah menyebar di Indonesia (Nur azizah et al., 2020).

Berbagai tindakan dilakukan oleh pemerintah untuk mengendalikan lajunya penyebaran Covid 19. Salah satunya adalah memberlakukan pembatasan sosial berskala besar bagi masyarakat. Disamping pembatasan skala besar juga dilakukan pembatasan skala mikro, yang dilakukan pemerintah dalam usaha untuk mengatasi penyebaran Virus ini (Yuwana 2020).

Pembatasan sosial ini bukan hanya berlaku di Indonesia tetapi juga berlaku di seluruh dunia yang terdampak virus Covid 19 (Rosita 2020). Hal ini, menyebabkan

sektor industri mengalami penurunan permintaan, bukan hanya dari dalam negeri melainkan juga permintaan ekspor. Akibat Lesunya permintaan maka secara otomatis perusahaan mengurangi aktivitas produksinya bahkan ada yang sampai menghentikannya secara total. Luasnya sebaran pandemi ini serta tidak dapat diramalkan kapan akan berakhir semakin memperburuk kondisi ekonomi yang terjadi. Berdasarkan data dari berbagai media yang ada dapat dilihat bahwa laju pertumbuhan ekonomi Indonesia terjun bebas di tahun 2020. Pada kuartal I-2020, pencapaian sektor konsumsi tumbuh 2,83 persen sementara pencapaian ekonomi tumbuh 2,97 persen.

Pada kuartal II-2020, pencapaian konsumsi berkontraksi minus 5,51 persen, sedangkan sektor ekonomi minus 5,32 persen (Thaha 2020).



Gambar 1. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Sumber: Kompas.com

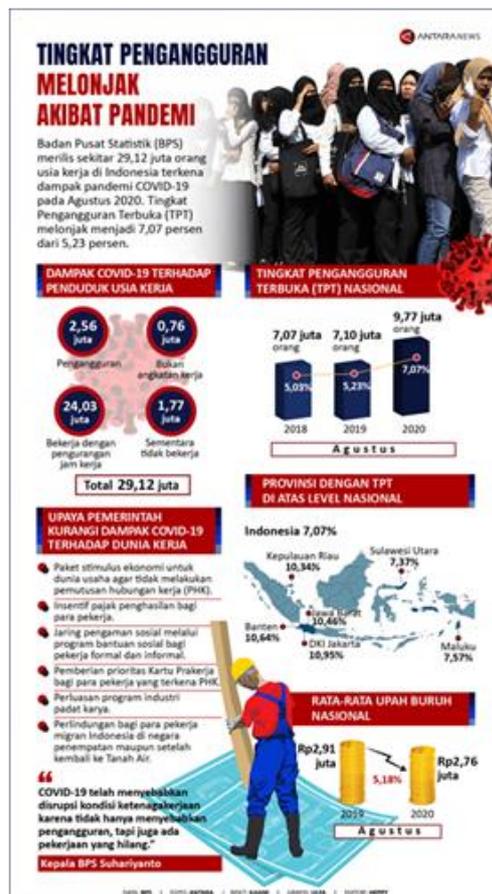
Sektor Konsumsi menyumbang 55-60 persen dari PDB. Pada kuartal II-2020 angkanya 57,9 persen. Jika kita telaah lebih dalam, maka semua jenis konsumsi tumbuh minus. Untuk sektor konsumsi restoran, hotel serta transportasi dan komunikasi malah minus dua digit, yaitu minus 16,5 persen dan minus 15,5 persen (Arisandi and Fitriansyah 2021).

Keadaan rendahnya pertumbuhan ekonomi ini menjadi momok bagi setiap orang dan Pemerintah, sebagai penyebabnya adalah adanya pembatasan sosial berskala besar (Nur azizah et al. 2020).

Semakin buruknya kondisi perekonomian mengakibatkan banyak terjadi pemutusan hub-

ungan kerja, meningkatnya pengangguran, sedangkan di sisi lain kebutuhan hidup dan beban biaya hidup tidak berkurang.

Akibat tidak dapat menjalankan usaha secara normal menyebabkan terjadinya kredit Macet pada UMKM (Rosita 2020). Sistem korporasi yang terganggu hingga kondisi perbankan yang dapat mengalami persoalan likuiditas, depresiasi rupiah, volatilitas pasar keuangan dan capital flight. Ada banyak perusahaan yang terpaksa menutup usaha dan bisnisnya, hal ini dilakukan untuk mencegah penularan pandemi di masyarakat, serta banyak pabrik, toko, dan UMKM yang juga terpaksa menutup usaha mereka karena adanya pandemi ini.



Gambar 2. Tingkat Pengangguran Akibat Pandemi.(Antara 2020)

Terjadinya pandemi ini telah menyebabkan sektor ekonomi mengalami kerugian jutaan dolar.

Dari hasil observasi ke warga UMKM yang berada di RT 10 RW 09 Kelurahan Jembatan Besi Jakarta Barat menunjukkan permasalahan perekonomian yang cukup signifikan. Masalah ekonomi yang dihadapi warga pada era pandemi ini, sebagai dampak dilakukannya pembatasan kegiatan masyarakat untuk tidak keluar rumah atau bepergian. Para pelaku UMKM tidak dapat berjalan, meskipun

berjalan namun tidak ada yang membeli, tidak ada keramaian aktivitas di masyarakat, menyebabkan menurunnya omset penjualan yang berakibat langsung pada kondisi ekonomi mereka.

Untuk itu diperlukan peran serta pemerintah, akademisi dan masyarakat untuk bersama sama membangkitkan ekonomi. Salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan adalah pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Arianto 2020). Pengabdian masyarakat ini dilakukan sebagai salah satu peran akademisi dalam membantu mencari solusi dari permasalahan yang terjadi di masyarakat. Daya upaya dan berbagai langkah usaha pendampingan yang dilakukan berupa berbagai seminar dan pelatihan, agar masalah ekonomi pada warga UMKM di kelurahan jembatan besi ini dapat teratasi.

Pada era saat ini di semua sektor termasuk dunia usaha memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mempermudah pekerjaannya. Salah satu alternatif yang ada adalah dengan memanfaatkan teknologi yang ada yaitu jaringan internet yang diaplikasikan pada

telepon selular (Arianto 2020) (Budiyanto and Kadarina 2018).

Untuk menggunakan e-commerce sebagai media untuk memasarkan dan melakukan penjualan tentunya memerlukan pengetahuan dan keterampilan tersendiri (Yuwana 2020).

Situs e-commerce merupakan sebuah media yang dapat mempermudah banyak pedagang yang memiliki berbagai jenis barang dagangan dengan para konsumennya.

Dengan memanfaatkan situs e-commerce yang telah ada ini, memungkinkan para konsumen melakukan pembelian secara langsung dan mandiri secara online dengan penjualnya (Aisyah 2020)(Mirza, Ina, and Tjipto 2019).

Target yang ingin dicapai dari hasil pengabdian masyarakat ini adalah mengadakan seminar dan pelatihan sebagai pendampingan untuk warga dan pelaku UMKM di RT 10 RW 09 Kelurahan Jembatan Besi Jakarta Barat agar dapat memanfaatkan teknologi digital yang ada untuk berjualan online.

## **B. PELAKSANAAN DAN METODE**

Pengabdian masyarakat yang telah dilakukan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengadakan pendekatan kepada para pekerja, ibu rumah tangga selaku warga pelaku UMKM di berbagai sektor.

Sedangkan metode yang dilakukan pada pengabdian masyarakat ini menggunakan beberapa metode yakni:

### **1.Wawancara dan diskusi**

Metode ini dilakukan untuk mengetahui kondisi dilapangan agar dapat dicarikan solusi dari permasalahan yang ada.



Gambar 3. Dokumentasi wawancara dan diskusi.

Adapun program program yang akan dilaksanakan yaitu:

Memberikan pelatihan secara online tentang pengenalan bisnis digital. Memberikan pelatihan tatap muka secara berkelompok untuk masyarakat yang terdampak terutama masyarakat pelaku UMKM.

## 2. Sosialisasi berupa seminar

Seminar yang dilakukan secara online kepada masyarakat tentang wawasan dan pengenalan untuk bisnis online.

Untuk mengimplementasikan kegiatan ini diantaranya dilakukan melalui online dengan memberikan seminar dengan judul: “UMKM online untuk ketahanan ekonomi”.



Gambar 4. Presentasi Mengenai UMKM Online

Presentasi ini berisi tentang pengenalan dan pemanfaatannya bisnis Online untuk UMKM dalam rangka ketahanan ekonomi selama Pandemi berlangsung. Sebagian masyarakat ada yang belum mengetahui bagaimana cara me-

manfaatkan media online untuk berbisnis, sebagian lagi mereka kerap mendengar tentang bisnis online ini, tetapi tidak mengetahui caranya.

## 3. Pelatihan terkait pengelolaan bisnis online

Pada sesi ini peserta diberikan materi terkait pembuatan, pengelolaan beserta perangkat pendukungnya. Pada pelatihan ini dibahas tentang cara mempersiapkan untuk memulai bisnis dengan media online. Persiapan yang dilakukan meliputi pengetahuan dasar tentang infrastruktur yang digunakan untuk bisnis online, cara memulai bisnis online, cara mengelolanya, perangkat software yang diperlukan serta etika yang harus dijaga.

Semuanya ini diperlukan agar bisnis yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan lancar. Disamping itu juga dibahas perbandingan dari jenis-jenis bisnis online yang dapat dilakukan. Serta cara yang paling sederhana dengan biaya minimal dan termudah untuk melakukan bisnis online.



Gambar 5. Presentasi Mengenai UMKM Online.

Kegiatan pelatihan tatap muka juga dilakukan bagi masyarakat pelaku UMKM.



Gambar 6. Dokumentasi pelatihan warga kelurahan Jembatan Besi.

Kegiatan yang dilakukan berupa diskusi mengenai pengenalan bisnis online, permasalahan dan Teknik implementasi dan pemanfaatannya serta dibahas juga strategi pemasaran bisnisnya.

Dari semua pelatihan dan seminar yang telah dilakukan pada intinya dapat dirangkum dalam ada 3

pokok materi yang disampaikan yaitu:

Pengenalan tentang bisnis online. Pada sesi ini diperkenalkan wawasan dan apa keuntungan dengan berbisnis dengan media online. Pada sesi ini juga dibahas perangkat apa yang harus disiapkan untuk memulai bisnis secara online ini.

Pada sesi proses bisnis ini dibahas cara memulai bisnis apa saja yang disiapkan. Membahas persiapan untuk Hardware dan software pendukungnya. Selain itu dibahas juga permasalahan permasalahan yang sering terjadi beserta solusinya untuk mengatasinya.

Strategi pemasaran dan promosinya.

Pada sesi ketiga ini dibahas juga strategi pemasaran yang dilakukan,

cara cara transaksi, penarikan uang dan cara mempromosikan barang yang dijual secara online.

#### **4. Monitoring dan evaluasi**

dilakukan untuk mengukur hasil-hasil dan perkembangan dari berbagai kegiatan yang telah dilakukan.

Kegiatan ini telah dilakukan dengan warga dari RT 10 RW 09

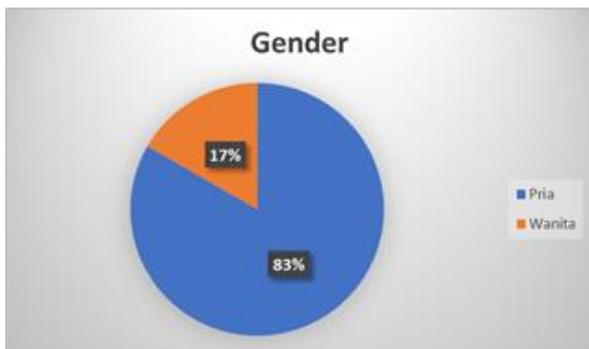
Kelurahan Jembatan Besi Jakarta Barat. Partisipan warga yang ikut dalam program yang ada dalam pengabdian ini berjumlah 20 orang. Pengambilan data dilakukan pada 10-24 Juni 2020.

**C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dengan mengadakan seminar online dan pelatihan membuat dan mengelola bisnis secara online. Adapun hasil hasil yang dicapai sebagai berikut:

**a. Profil peserta**

1. Gender Peserta.



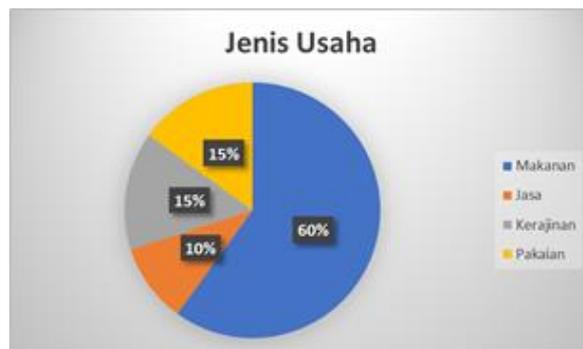
Gambar 7. Gender Peserta

Peserta pelatihan ini seluruhnya ada 20 orang terdiri dari 17 % Wanita dan 83% pria.

2. Jenis Usaha

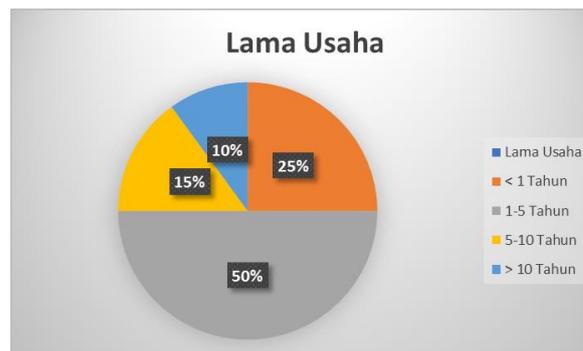
Jenis usaha yang dimiliki peserta dikelompokkan dalam a kategori yaitu:

Makanan, Jasa, Kerajinan dan Pa-  
kaiian.



Gambar 8. Jenis Usaha Peserta  
Jenis usaha peserta memiliki komposisi sebagai berikut: Makanan 60% merupakan jenis usaha terbanyak, Jasa 10%, Kerajinan 15%, Pakaian 15%.

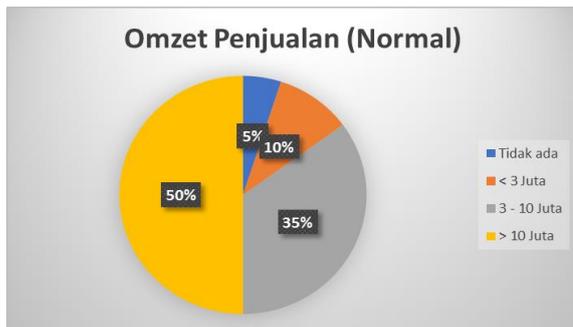
1. Lama Usaha



Gambar 9. Lama Usaha Peserta

Lama Usaha dari peserta program ini bervariasi antara 0 sampai di atas 10 tahun terdiri dari: < 1 Tahun 25%, 1-5 Tahun 50%, 5-10 Tahun 15%, > 10 Tahun 10%.

2. Jumlah Omset/Bulan (Normal)

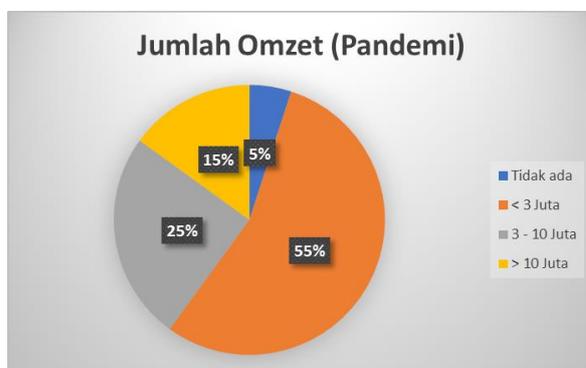


Gambar 10. Jumlah Omzet Usaha Peserta saat normal

Jumlah omzet rata rata penjualan yang didapatkan pelaku UMKM setiap bulannya pada saat sebelum pandemi dapat dilihat sebagai berikut:

Tidak ada 5%, < 3 Juta 10%, 3 - 10 Juta 35%, > 10 Juta 50%. Ada satu yang tidak ada penghasilan karena pelaku baru rencana untuk melakukan usaha.

### 3. Jumlah Omset/Bulan (Pandemi)



Gambar 11. Jumlah Omzet Usaha Peserta saat pandemic.

Jumlah omzet rata rata penjualan

yang didapatkan pelaku UMKM setiap bulannya pada saat pandemi dapat dilihat sebagai berikut:

Tidak ada 5%, < 3 Juta 55%, 3 - 10 Juta 25%, > 10 Juta 15%. Ada satu yang tidak ada penghasilan karena pelaku baru rencana untuk melakukan usaha.

## b. Evaluasi hasil

### 4. Wawasan Bisnis Digital

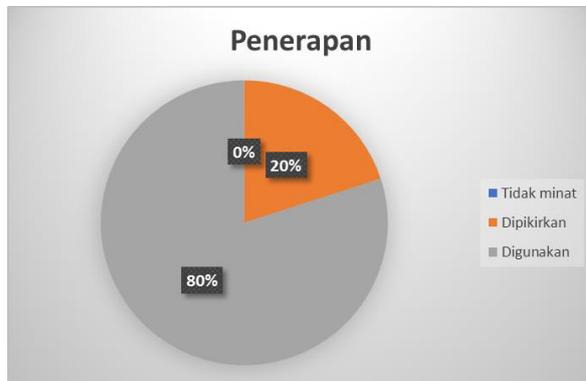


Gambar 12. Wawasan Tentang Bisnis Online Peserta setelah pelatihan

Berikut adalah wawasan dari peserta tentang bisnis digital. Dari gambar grafik ini dapat diketahui pengetahuan atau wawasan tentang bisnis digital dari para peserta sebelum seminar dan pelatihan, terdiri dari 5% belum mengetahui sama sekali mengenai bisnis, 67% sudah tahu mengenai bisnis online namun belum tahu tentang Teknik dan cara berbisnisnya dan yang

terakhir ada 28% peserta yang sudah mencoba bisnis online.

#### 5. Penerapan dari hasil hasil pelatihan



Gambar 13. Penerapan Tentang Bisnis Online Peserta setelah pelatihan

Setelah selesai mengikuti pelatihan bisnis online ini, para peserta dilakukan jajak pendapat dengan hasil yang tidak berminat ada 0%, yang termotivasi dan ingin mencoba bisnis online sebanyak 20% dan yang terakhir ada 80% yang akan mengimplementasikan Teknik, pengelolaan dan cara pengembangannya.

Program pendampingan yang dilakukan dengan pelatihan berjualan secara online dan tatap muka dengan warga pelaku UMKM. Program pendampingan ini dilaksanakan cukup sukses, meski dilakukan dalam waktu yang

terbatas. Pada akhir acara para peserta, meminta agar dibuatkan pelatihan berkelanjutan tentang teknik teknik pemasaran dan promosinya.

#### D. PENUTUP

Mengacu pada kondisi dan situasi perekonomian di masa pandemi Covid 19 yang telah diuraikan diatas.

#### Kesimpulan

Kondisi perekonomian di masa Pandemi Covid 19 mengakibatkan penurunan ekonomi bagi warga pelaku UMKM, di satu sisi biaya dan kebutuhan hidup terus berjalan.

Untuk menyiasati dampak ekonomi akibat pembatasan social, diperlukan peran dari pemerintah dan akademisi.

Pengabdian masyarakat ini dilakukan sebagai salah satu peran akademisi dalam membantu mencari solusi dari permasalahan yang terjadi di masyarakat. Daya upaya dan berbagai langkah usaha pendampingan yang dilakukan berupa berbagai seminar dan pelatihan, agar masalah ekonomi pada warga UMKM di kelurahan jembatan besi ini dapat teratasi.

## Saran

Dari seminar dan pelatihan singkat yang dilakukan tentang UMKM Online masih diperlukan adanya langkah konkrit untuk dapat mengadakan pelatihan yang lebih bersifat teknis dan mendokumentasikan materi dari kegiatan tersebut baik secara online maupun tercetak, sehingga para peserta dapat mempelajarinya dengan waktu yang lebih leluasa.

## Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Rektor Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma Bapak Nur Suchahyo, SSi, MM dan Kepala LPPM Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma Bapak Ir. Yogasetya Suhandi, M.Sc yang telah berkenan membantu dan membimbing dalam pengabdian masyarakat ini. Tak lupa kami juga berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

## DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, Siti. 2020. "Dampak Pandemi COVID-19 Bagi UMKM Serta Strategi E-Marketing UMKM

Di Indonesia." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 3–9.

Antara. 2020. "Tingkat Pengangguran Melonjak Akibat Pandemi." *Antaraneews.Com*, November 7, 2020.

<https://www.antaraneews.com/infografik/1826468/tingkat-pengangguran-melonjak-akibat-pandemi>.

Arianto, Bambang. 2020. "Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19." *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* 6 (2): 233–47.

Arisandi, Debby, and Ahmad Fitriansyah. 2021. "Pelatihan Desain Dan Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Omset UMKM Di Kota Batam" 2 (2): 121–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.33753/ijse.v2i2.36>.

Budiyanto, Setiyo, and Trie maya Kadarina. 2018. "Pelatihan Aplikasi Jualan on Line Bagi Masyarakat Di Lingkungan Meruya Selatan." *Jurnal Abdi Masyarakat* 4 (1): 64–69.

Ihsanuddin, Bayu Galih. 2020. "BREAKING NEWS: Jokowi Umumkan Dua Orang Di Indonesia Positif Corona."

- Kompas.Com*, 2020. <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/02/11265921/breaking-news-jokowi-umumkan-dua-orang-di-indonesia-positif-corona?page=all>.
- Mirza, Ina, and Tjipto. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Produk Kerajinan Di Kelurahan Rawa Buaya, Jakarta Barat." *Jurnal Abdi Masyarakat* 4 (2): 46–54.
- Nur azizah, Fadilah, Igo Fadilah Ilham, Liza Putri Aqidah, Safira Aliyani Firdaus, Setyani Agung Dwi Astuti, and Imam Buchori. 2020. "Strategi UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal." *OECOMICUS Journal of Economics* 5 (1): 46–62. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>.
- Rosita, Rahmi. 2020. "Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia." *Jurnal Lentera Bisnis* 9 (2): 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>.
- Thaha, Abdurrahman Firdaus. 2020. "Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia." *Jurnal Brand* 2 (1): 147–53. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>.
- Yuwana, Siti Indah Purwaning. 2020. "Corononomics: Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital Di Tengah Pandemi Covid-19." *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review* 1 (1): 58–68.