

## UMKM Go Digital

**Nur Syamsiyah\*<sup>1</sup>, Yahya<sup>2</sup>, Herianto<sup>3</sup>, Nur Hasanah<sup>4</sup>, Mira Febriana Sesunan<sup>5</sup>**

<sup>1,2,5</sup> Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Darma Persada

<sup>3</sup>Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Darma Persada

<sup>4</sup>Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Darma Persada

\*e-mail: nur\_syamsiyah@ft.unsada.ac.id<sup>5</sup>

### Abstrak

*Pandemi COVID-19 berdampak signifikan pada sektor pariwisata, perdagangan, industri, serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Dampaknya terlihat dari banyaknya PHK di berbagai perusahaan, penutupan usaha, dan dirumahnya karyawan. UMKM juga mengalami kendala operasional, dengan penurunan jumlah konsumen yang berbelanja langsung. Sebanyak 39,9% UMKM harus mengurangi stok barang, sementara 16,1% lainnya memilih untuk mengurangi karyawan atau menutup usaha. Perubahan ini mempengaruhi pola belanja masyarakat serta menurunkan daya beli. Untuk bertahan di tengah pandemi, para pelaku UMKM perlu menguasai keterampilan digital. Dalam upaya mendukung kemampuan ini, tim abdimas sistem informasi menyelenggarakan program pengabdian masyarakat bagi UMKM MCI Indonesia. Tema utama dari kegiatan ini adalah Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM, dengan fokus pada pemanfaatan teknologi informasi. Program ini bertujuan membantu pelaku UMKM memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital, sehingga mereka dapat meningkatkan potensi usaha, pendapatan, dan kesejahteraan secara menyeluruh. Melalui pendampingan ini, diharapkan para pelaku usaha dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan memanfaatkan teknologi untuk memperbaiki taraf hidup mereka serta komunitas di sekitar.*

**Kata kunci:** UMKM, digital marketing, pemanfaatan teknologi informasi

### Abstract

*The COVID-19 pandemic has had a significant impact on the tourism, trade, industry, and Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sectors in Indonesia. The impact can be seen in the number of layoffs in various companies, business closures, and employee layoffs. MSMEs are also experiencing operational constraints, with a decrease in the number of consumers who shop directly. As many as 39.9% of MSMEs had to reduce their stock of goods, while another 16.1% chose to reduce employees or close their businesses. These changes have affected people's spending patterns and reduced purchasing power. To survive the pandemic, MSME players need to master digital skills. In an effort to support this ability, information system a community service program for MCI Indonesia MSMEs. The main theme of this activity is Digital Marketing Training for MSMEs, with a focus on utilizing information technology. This program aims to help MSME players understand and implement digital marketing strategies, so that they can increase their business potential, income, and overall welfare. Through this assistance, it is hoped that business actors can adapt to market changes and utilize technology to improve their lives and the surrounding community.*

**Keywords:** MSMEs, digital marketing, information technology utilization

## 1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang melanda secara global telah memengaruhi berbagai sektor, terutama sektor ekonomi. Dampak perekonomian akibat pandemi ini tidak hanya terasa di tingkat domestik, tetapi juga secara internasional. Di Indonesia, sektor pariwisata, perdagangan, dan industri, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mengalami dampak yang signifikan [1]. Pandemi ini menyebabkan pemutusan hubungan kerja massal di berbagai perusahaan serta penutupan usaha yang berakibat pada pengangguran, UMKM sangat terdampak karena seringkali terhubung langsung dengan sektor pariwisata, transportasi, dan kuliner, yang semuanya mengalami gangguan akibat pandemi [2].

Terbatasnya operasional UMKM dan penurunan jumlah konsumen yang berbelanja langsung dibandingkan sebelum pandemi adalah dampak yang nyata, sekitar 39% UMKM

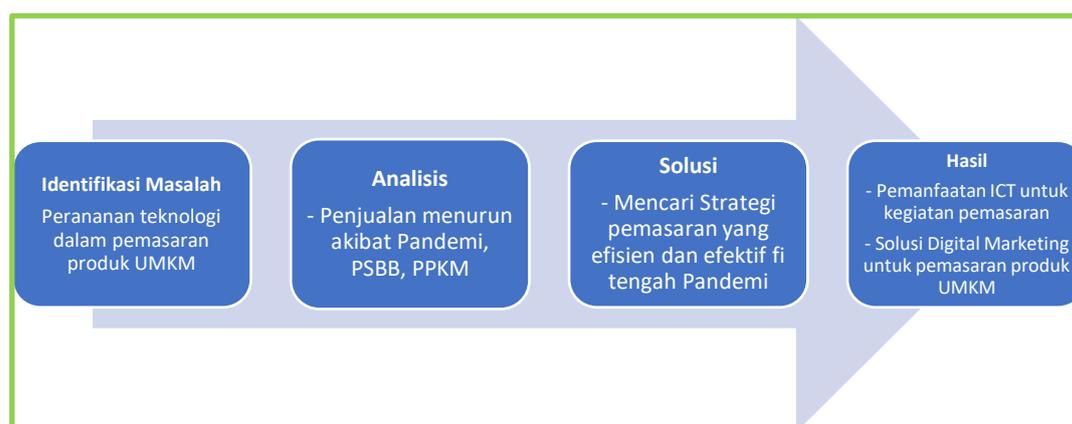
mengalami penurunan yang memaksa mereka mengurangi stok barang, sedangkan 16,1% UKM memilih mengurangi tenaga kerja dan banyak yang menutup toko mereka [3]. Pandemi ini mengakibatkan penurunan jumlah pembeli dan perubahan pola belanja masyarakat [4].

Untuk bertahan di tengah pandemi, UMKM perlu menguasai keterampilan digital [5]. Prodi sistem informasi mengadakan pengabdian masyarakat dengan tema “UMKM Go Digital,” yang fokus pada pemanfaatan teknologi informasi untuk UMKM. Melalui pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat mengimplementasikan digital marketing untuk meningkatkan potensi dan pendapatan, serta memperbaiki taraf hidup mereka dan keluarga.

## 2. METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tim juga melakukan pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- Observasi, metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung kepada peserta dengan menerima beberapa pertanyaan yang diajukan, serta opini-opini yang diberikan peserta sebagai upaya untuk keberlanjutan program ini.
- Studi literatur, yaitu dengan mengumpulkan data-data dari referensi buku dan jurnal- jurnal yang sesuai dengan topik.
- Brainstorming, dilakukannya proses diskusi dengan sejawat dan para pakar untuk menentukan solusi topik yaitu workshop online yang akan dilakukan selanjutnya.

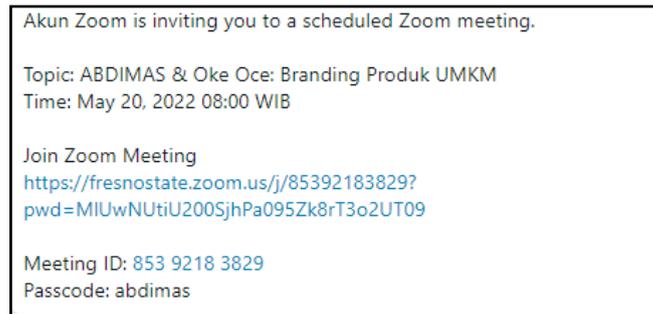


Gambar 1. Metodologi ABDIMAS

Strategi Pengabdian kepada Masyarakat ini terdiri dari penentuan Waktu, Tempat/ Media Kegiatan, Materi Workshop, Khalayak Sasaran, Evaluasi Kegiatan, Capaian, Target Luaran, dan Road Map.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Waktu kegiatan abdimas telah dilaksanakan hari Jumat tanggal 20 Mei 2022, pukul 09.00-17.10 WIB. Wabah pandemi ini mengakibatkan terdapat aturan *Physical distancing* atau jaga jarak aman, dan social distancing atau pembatasan social, dimana seluruh pemerintah Indonesia bahkan di dunia menerapkan Work from Home (bekerja dari rumah), dan School from Home (sekolah dari rumah) yang harus diikuti warganya. Bahkan, peraturan baru setelah Pandemi meningkat pada pertengahan tahun ini, yaitu Perberlakukan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Hal ini memaksa para dosen, dan peserta abdimas harus menggunakan fasilitas pembelajaran jarak jauh. Sehingga, tempat kegiatan Abdimas ini berubah menjadi kegiatan daring atau online dengan menggunakan Zoom Webinar sebagai media penyampaian materi.



Gambar 2. Link Zoom



Gambar 3. Surat keterangan pengabdian masyarakat

### Tempat Kegiatan

Pengabdian masyarakat yang kali ini kami jalankan adalah melalui media daring atau online dikarenakan kondisi dan situasi yang tidak memungkinkan bagi kami untuk melakukan kegiatan secara tatap muka karena negara kita, Indonesia tengah dihadapkan pada pandemi global, COVID19. Pengabdian masyarakat yang kami lakukan secara online menggunakan media video conference yang dirilis oleh Google meet dengan beberapa pelaku UMKM di wilayah Surabaya.

### Materi workshop

Materi yang disajikan adalah berupa artikel yang berisi solusi, panduan, dan saran yang dituangkan dalam book chapter. Para UMKM ini merupakan ibu-ibu rumah tangga yang melakukan kegiatan perdagangan dipasar ataupun di suatu lokasi sebagai lokasi kedai ataupun warung mereka. Dari hasil wawancara yang kami lakukan sebelumnya sebagai proses pendekatan dan pengenalan permasalahan yang mereka hadapi, kesimpulan yang kami dapatkan adalah mereka tidak tahu bagaimana proses branding dan inovasi serta packing atas produk-produk mereka sehingga mereka tidak mampu bersaing dengan pedagang rumahan yang terlebih dahulu sudah memahami medan dunia online. Sementara, para UMKM ini, mereka terbiasa disuatu

kondisi dunia nyata dimana yang mereka hadapi adalah para konsumen yang datang dan mampir ke warung ataupun lapak mereka di pasar-pasar tradisional.

# Abdimas:

Tema acara : UMKM Go Digital

Tema Materi :

1. Filosofi Teknologi Dalam Perspektif Islam
2. Perkembangan Teknologi Digital
3. Teknologi Perangkat Komputer
4. Aplikasi Internet
5. Dimensi-dimensi E-Business
6. Faktor-faktor Penggerak E-Business
7. Membuat Content Yang Baik
8. Memilih aplikasi yang akan kita gunakan
9. Strategi agar pembeli membelim produk kita

250K

Juli 9th 2022

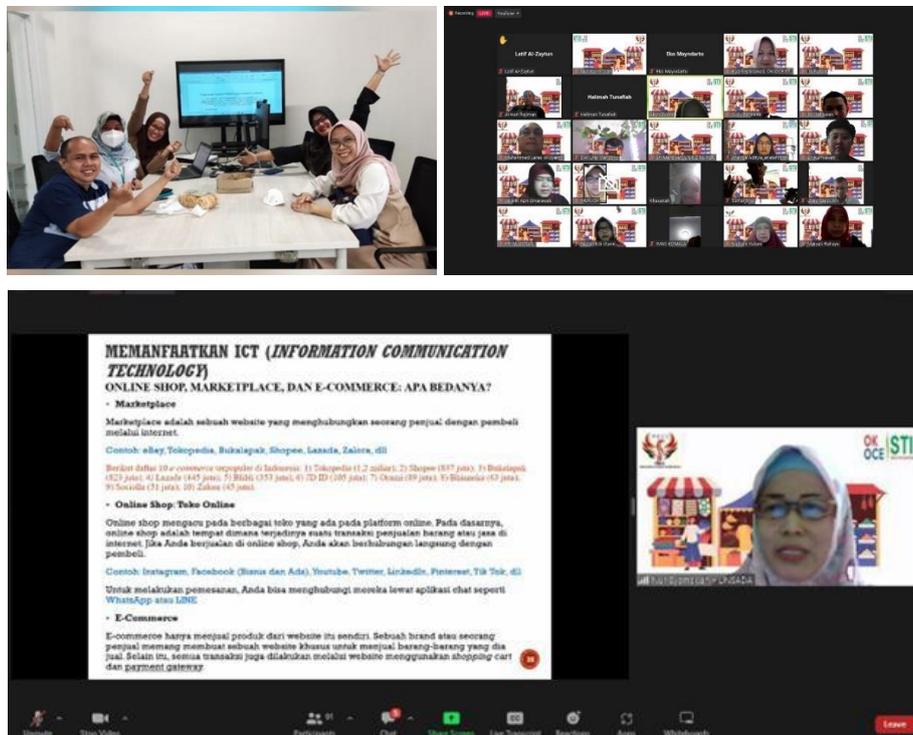
<https://forms.gle/Z8oRY3KzfjeyDxd59>



Gambar 3. Materi Pelatihan



Gambar 4. Sertifikat



#### 4. KESIMPULAN

Pandemi telah memaksa pelaku UMKM untuk mengubah strategi pemasaran mereka agar dapat bertahan. Dosen dari berbagai perguruan tinggi menawarkan solusi alternatif, termasuk pemahaman tentang pemasaran yang efektif dan efisien melalui Digital Marketing. Kegiatan ini bertujuan untuk:

- a. Menyediakan solusi pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk UMKM;
- b. Memberikan kontribusi positif dalam pendampingan penggunaan digital marketing.

Diharapkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilaksanakan sesuai dengan roadmap yang telah ditetapkan, yaitu menghasilkan media pemasaran online yang stabil bagi pelaku UMKM.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Pierre, Meinokat., Ingo, Wagner. (2024). (1) Classroom disruptions in digital teaching during the pandemic – an interview study. *Frontiers in Education*, doi: 10.3389/educ.2024.1335249
- [2] Albert, Fenteng. (2023). (1) Online Learning: A Cognitive Tool for Learning, an Alternative to Traditional Learning Style. *Psychology*, doi: 10.4236/psych.2023.145036
- [3] Mahmoud, El, Chamie., Behcet, Acikmese., Mehran, Mesbahi. (2017). (5) Online learning for Markov decision processes applied to multi-agent systems. doi: 10.1109/CDC.2017.8263879
- [4] Adithya Balachandran & Dr. T. Mahalakshmi, "E-Learning," *International Journal of Advanced Research in Science Communication and Technology*, pp. 132–137, Sep. 2023, doi: <https://doi.org/10.48175/ijarsct-12924>.
- [5] Margaret-Mary Sulentic Dowell, "Toward a Working Definition of Digital Literacy," *IGI Global eBooks*, pp. 2326–2335, Jan. 2018, doi: <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2255-3.ch202>.