
Membangun SDM Kreatif dan Produktif dengan Memanfaatkan Media *Market Place* untuk Memulai Bisnis di Masa Pandemic Covid-19

Ayu Nike Retnowati¹⁾, Nenden Astria²⁾

^{1,2)} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email: anr3515@unibi.ac.id

Abstrak

UMKM sebagai usaha kecil penopang perekonomian dapat mendukung dalam pemerataan kesejahteraan masyarakat. Masa pandemi covid 19 memberikan dampak negatif terhadap perekonomian masyarakat di Indonesia, seperti tingkat pengangguran dan kemiskinan yang meningkat serta terganggunya sektor perdagangan, terutama bagi pedagang kecil yang menjalankan usahanya secara tradisional. Kelurahan Sukapura, Kecamatan Kiaracondong, Kota Bandung, Jawa Barat, merupakan kelurahan yang memiliki 19 RW dan 109 RT. Kelurahan Sukapura merupakan kelurahan yang memiliki warga yang merupakan penggiat UMKM. Adanya pembatasan aktivitas selama pandemic covid 19 membuat para penggiat UMKM terdampak negative secara keuangan dan stabilitas usaha. UMKM yang terdapat pada kelurahan sukapura terdiri dari pengusaha makanan, pakaian, grosir sembako dll. Adanya covid 19 memunculkan banyak penggiat UMKM terkena dampak yaitu permasalahan dalam penurunan pendapatan, kesulitan para penggiat UMKM untuk dapat beradaptasi dengan kondisi baru karena kurang pengetahuan tentang teknologi dalam berbisnis khususnya bagi penggiat UMKM di usia 40-an. Permasalahan lain yaitu kurangnya pengetahuan dalam pengelolaan SDM serta pengelolaan keuangan yang masih tercampur antara keuangan pribadi dan usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman penggiat UMKM dengan memberikan sosialisasi mengenai pemanfaatan media *market place* untuk keberlanjutan bisnis di masa pandemi covid-19 dan menangkap peluang bisnis dalam keadaan yang tidak ideal ini sehingga dapat mengoptimalkan pendapatan. Setelah melakukan sosialisasi masyarakat dibimbing untuk membuat akun pada *marketplace* dan terinspirasi untuk berinovasi untuk memunculkan kreativitas pada produk yang dimilikinya untuk meningkatkan nilai jual.

Kata Kunci: Kreatif, Pandemi covid 19, produktif, UMKM

Abstract

MSMEs as small businesses that support the economy can support the equal distribution of community well being. The Covid-19 pandemic has had a negative impact on the economy of the people in Indonesia, such as increasing unemployment and poverty rates and disruption to the trade sector, especially for small traders who run their businesses traditionally. Sukapura Village, Kiaracondong District, Bandung City, West Java, is a village that has 19 RW and 109 RT. Sukapura Village is a village that has residents who are MSME activists. The restrictions on activities during the Covid-19 pandemic have negatively impacted MSME activists financially and in terms of business stability. MSMEs in Sukapura Village consist of food, clothing, grocery wholesalers, etc. The presence of Covid-19 has caused many MSME activists to be affected, namely problems in decreasing income, difficulties for MSME activists to be able to adapt to new conditions due to lack of knowledge about technology in doing business, especially for MSME activists 40 years old above. Another problem is the lack of knowledge in HR management and financial management which is still mixed between personal and business finances. This community service activity aims to increase

the understanding of MSME activists by providing socialization regarding the use of market place media for business continuity during the Covid-19 pandemic and capturing business opportunities in this less than ideal situation so that they can optimize income. After conducting socialization, the community is guided to create an account on the marketplace and is inspired to innovate to bring out creativity in the products they have to increase their selling value.

Keyword : *Creative, Pandemic Covid 19, Productivity, SMEs*

1 PENDAHULUAN

Singgih (2007) Usaha mikro, kecil dan menengah merupakan salah satu unsur penting dalam menopang perekonomian nasional secara menyeluruh. Usaha mikro merupakan penggerak dari sistem perekonomian di Indonesia yang bisa bertahan saat terjadi krisis ekonomi. Junaidi (2020) Jenis usaha ini membantu pemerintah dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi tingkat pengangguran, melalui usaha mikro tercipta unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga.

Wabah corona (covid 19) yang menghantam berbagai sendi perekonomian. Penyebaran virus yang mengharuskan aktivitas manusia dilakukan secara social distancing (jaga jarak sosial) dan sampai melakukan langkah lockdown yang berdampak pada perlambatan aktivitas ekonomi (permintaan dan penawaran). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor terdampak pengaruh dari covid 19 secara signifikan terutama untuk usaha berskala mikro.

Perkembangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebelum adanya pandemi ini sedang berkembang yang membuat persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin ketat. Berbagai strategi dilakukan oleh pemerintah salah satunya pemberian bantuan sosial bagi penggiat

UMKM, namun dibenturkan dengan beberapa kendala.

Sektor UMKM yang paling terdampak adalah pedagang eceran/ pedagang berskala kecil. Dari sisi permintaan, UMKM secara drastis mengalami penurunan dari para konsumen. Akibat wabah, para konsumen mengalami kondisi psikologis takut tertular penyakit sehingga mematuhi aturan untuk beraktivitas di rumah. Kondisi tersebut tentunya akan berdampak pada penurunan pendapatan dari usaha mikro tersebut, selain berdampak pada penurunan pendapatan, dampak lain yang dirasakan oleh pelaku usaha adalah persediaan yang menumpuk sehingga ada beberapa persediaan yang rusak atau kadaluwarsa. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, program studi manajemen menyelenggarakan program pengabdian kepada masyarakat mengenai dengan tema **Membangun SDM Kreatif dan Produktif dengan Memanfaatkan Media Market Place untuk Memulai Bisnis di Masa Pandemic Covid-19.**

2 METODE PENELITIAN

Mengingat urgensi keadaan UMKM pada masa pandemic covid 19, maka Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan secara *Hybrid*, dengan pertimbangan pelaksanaan PKM dengan metode Hybrid untuk memastikan keamanan dan Kesehatan seluruh orang yang terlibat.

Peserta seminar berkumpul di Gedung serbaguna kelurahan dengan tetap menjaga jarak dan membatasi jumlah peserta, sedangkan narasumber memberikan materinya dari tempat terpisah secara online. Webinar diselenggarakan dengan menghadirkan 2 Narasumber. Materi yang disampaikan mengenai aspek SDM dengan judul Menjadi SDM Pandai Menangkap Peluang Di Era pandemic Covid 19 dan materi kedua mengenai aspek pemasaran dengan judul, Pengenalan tentang cara berjualan Di Media Market Place.



Sumber: dokumentasi Tim PKM (2021)

Gambar 1. Kegiatan PKM di lakukan di Aula Kelurahan sukapura

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada materi pertama Menjadi SDM Pandai Menangkap Peluang Di Era pandemic Covid 19, pemateri memberikan pemahaman bahwa dalam keadaan pandemic, pengusaha dipaksa untuk mengubah polanya dalam berbisnis dengan mengalihkan cara berjualan dari offline menjadi online. Hal ini terlihat menyulitkan bagi pemula namun merupakan peluang bagi para penggiat UMKM. Penggiat UMKM dapat memperluas jaringan penjualan dengan bantuan *marketplace*. Pemaparan materi ini diperkuat dengan materi kedua mengenai Pengenalan tentang cara berjualan Di *Media Market Place*. Pada materi kedua peserta diajak untuk membuat akun pada

berbagai *marketplace*. Para narasumber pun memberikan inspirasi inovasi yang dapat dilakukan oleh para penggiat untuk meningkatkan nilai jual pada produknya dengan usaha yang minim namun dapat mendatangkan pengaruh yang tinggi seperti membuat packaging yang lebih menarik dan branding bagi produk yang dijualnya.

Hasil dari pengabdian kepada masyarakat diketahui bahwa yang menjadi kendala terhambatnya UMKM di kelurahan sukapura yaitu :

1. Ketidakhahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan *market place* sebagai sarana berjualan.
2. Kekhawatiran pelaku UMKM dalam bersaing pada pasar yang lebih besar dengan kemampuan finansial maupun keahlian yang masih serba terbatas.
3. Perasaan depresi dan tidak didukung oleh pemerintah karena sulitnya proses pencairan bansos dan aturan yang tidak jelas terkait kelayakan penerima bansos
4. Rendahnya kemampuan dalam mengelola keuangan sehingga sering tercampur antara keuangan bisnis dengan kebutuhan rumah tangga, sehingga sulitnya untuk mengembangkan modal bisnis

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, narasumber memberikan beberapa Tindakan korektif atas permasalahan yaitu :

1. Pada saat pengabdian kepada masyarakat berlangsung, narasumber memberikan workshop untuk membimbing para penggiat UMKM untuk membuat akun pada beberapa *marketplace*

2. Memunculkan motivasi dengan memberikan ide-ide inovasi untuk dapat meningkatkan nilai jual produknya,

4 SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari rangkaian kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah:

Ketidakhahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan *market place* sebagai sarana berjualan.

1. Kekhawatiran pelaku UMKM dalam bersaing pada pasar yang lebih besar dengan kemampuan finansial maupun keahlian yang masih serba terbatas.

Beberapa Tindakan yang dilakukan pada saat Pengabdian kepada masyarakat adalah :

1. Memberikan workshop untuk membimbing para penggiat UMKM untuk membuat akun pada beberapa marketplace
2. Memunculkan motivasi dengan memberikan ide-ide inovasi untuk dapat meningkatkan nilai jual produknya

Perlu dilakukan sesi lanjutan untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas para penggiat UMKM agar lebih berani dan memiliki nilai jual lebih dalam bersaing pada *market place* serta pelatihan pengelolaan keuangan sehingga para pelaku UMKM dapat melakukan pemisahan keuangan bisnis dengan rumah tangga dan dapat mengembangkan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Junaidi, M. 2020. <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/b erita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,- perekonomian-nasional- meningkat.html>
- Singgih, Mohamad Nur. 2007. STRATEGI PENGUATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) SEBAGAI REFLEKSI PEMBELAJARAN KRISIS EKONOMI INDONESIA [https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/ 1370022/survei-bi-875-persen-umkm- indonesia-terdampak-pandemi-covid- 19 \(19 maret 2021\)](https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/ 1370022/survei-bi-875-persen-umkm- indonesia-terdampak-pandemi-covid- 19 (19 maret 2021))