

## **Pelatihan Pengelolaan Manajemen Bisnis Untuk UMKM di Era New Normal**

**Elistia<sup>1</sup>, Mudjiarto<sup>2</sup>, Erlina Puspitaloka Mahadewi<sup>3</sup>, Andi Hidayat Muhmin<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Esa Unggul, Jakarta

Email: [elistia@esaunggul.ac.id](mailto:elistia@esaunggul.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The impact of the covid-19 pandemic has had a bad impact on MSMEs, decreased sales, many of them whose businesses are stagnant, even close to closing. The existence of problems in the midst of these difficulties requires a defense strategy to keep running the business, producing goods / services, and then marketing to the target market segments and targets. Knowledge and understanding of marketing strategies are very important to support business success in the midst of the Covid-19 pandemic. So, solutions and roles from various parties, including academics, are needed in strengthening the knowledge and understanding of effective marketing strategies at this time. Partners of Community Service are MSMEs and Joint Business Groups in DKI Jakarta. This training was held from February 2020 to October 2020 regularly with different participants. The method of implementing this training is carried out online with material on marketing mix strategies, namely product, distribution, price and promotion strategies. How to manage promotions under PSBB (large-scale social restrictions), namely by utilizing digital technology and expanding networks through social media, creating features / content that attract the attention of potential consumers, how to communicate the right marketing. Through this training, it is hoped that they will be able to maintain and improve the capacity of small entrepreneurs so that their economy can survive, and develop their businesses in a sustainable manner supported by creativity and innovation to keep moving forward so that they are able to face challenges and changes, and contribute to the welfare of the community.*

*Keywords: business management, covid-19 pandemic, new normal era, marketing strategy, MSMEs.*

### **ABSTRAK**

*Dampak dari pandemi covid-19 ini sungguh berakibat buruk bagi UMKM, penurunan penjualan, banyak dari mereka yang usahanya stagnan, bahkan hampir tutup. Adanya permasalahan di tengah kesulitan tersebut perlu adanya suatu strategi pertahanan untuk tetap menjalankan usaha, memproduksi barang/jasa, kemudian memasarkan ke segmen dan target pasar yang dituju. Pengetahuan dan pemahaman tentang strategi pemasaran sangat penting untuk menunjang keberhasilan usaha di tengah kondisi pandemi Covid-19 ini. Maka, diperlukan solusi dan peran dari berbagai pihak, termasuk akademisi dalam memperkuat pengetahuan dan pemahaman strategi pemasaran yang efektif pada saat ini. Mitra dari Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah UMKM dan Kelompok Usaha Bersama di DKI Jakarta. Pelatihan ini diselenggarakan sejak bulan Februari 2020 sampai dengan Oktober 2020 secara berkala dengan peserta yang berbeda. Metode pelaksanaan pelatihan ini dilakukan secara online dengan materi tentang strategi bauran pemasaran, yaitu strategi produk, distribusi, harga, dan promosi. Bagaimana mengelola promosi dalam kondisi PSBB (pembatasan sosial berskala besar), yaitu dengan memanfaatkan teknologi digital dan memperluas jaringan melalui sosial media, membuat fitur – fitur / content yang menarik perhatian calon konsumen, bagaimana komunikasi pemasaran yang tepat. Melalui*

*pelatihan ini diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kapasitas pengusaha kecil agar perekonomiannya mampu bertahan, dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan didukung oleh kreatifitas dan inovasi untuk terus bergerak maju sehingga mampu menghadapi tantangan dan perubahan, serta berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat.*

*Kata Kunci: manajemen bisnis; pandemi covid-19; era new normal; strategi pemasaran; umkm*

## **PENDAHULUAN**

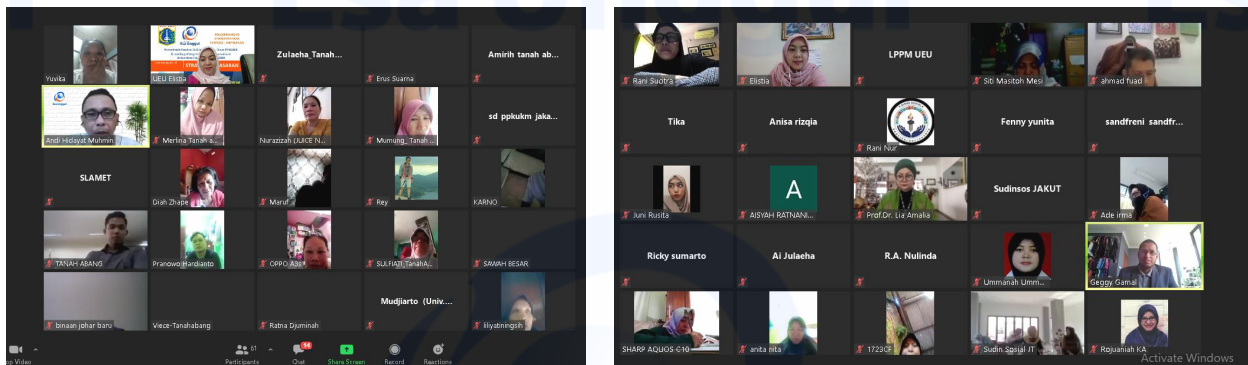
Dunia sedang menghadapi pandemi covid-19 tak terkecuali Indonesia, Masuknya Covid-19 di Indonesia dihitung sejak bulan Maret 2020 hingga saat ini masih menjadi pandemic dunia. Dampak berkepanjangan pandemi menyebabkan keterpurukan ekonomi, salah satu sektor yang terdampak adalah UMKM yang merupakan salah satu kekuatan ekonomi, UMKM juga memiliki peran penting dalam pertahanan perekonomian bangsa. Menurut data BPS tahun 2019, unit usaha UMKM menempati 99,9 persen dari total unit usaha di Indonesia dengan jumlah 62,9 juta unit usaha menurut Bank Indonesia. Tak hanya itu, UMKM menyerap 96,9 persen dari total penyerapan tenaga kerja dan menyumbang sebesar 60,34 persen terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Dalam situasi pandemi Covid-19, posisi UMKM berpotensi untuk menguasai pasar dalam negeri saat pandemi, terutama saat kebutuhan impor tidak bisa berjalan seperti ketika situasi normal. UMKM bisa menjadi solusi memenuhi kebutuhan. Prioritas dukungan terhadap UMKM juga tampak dari upaya pemerintah dalam mengatasi persoalan banyaknya irisan kementerian yang menangani UMKM. Selain Kementerian Koperasi dan UKM, berbagai kementerian memiliki program khusus terhadap UMKM, yakni Kementerian Sosial, Kementerian Pertanian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pekerjaan Umum, serta Perumahan Rakyat dan Kementerian Perindustrian (Kompas, 2020).

Untuk dapat bertahan di masa pandemi Covid-19 ini tentu saja diperlukan perencanaan dan strategi bisnis yang penting dan sangat berperan dalam kesuksesan untuk para UMKM. Pengelolaan manajemen bisnis yang baik akan mampu menghasilkan keberhasilan, selain itu, ketahanan akan segala jenis permasalahan dan hambatan yang mampu dihadapi menjadi faktor penting dalam berjalannya bisnis. Adanya permasalahan di tengah kesulitan tersebut perlu adanya suatu strategi pertahanan untuk tetap menjalankan usaha, memproduksi barang/jasa, kemudian memasarkan ke segmen dan target pasar yang dituju. Pengetahuan dan pemahaman tentang strategi pemasaran sangat penting untuk menunjang keberhasilan usaha di tengah kondisi pandemi Covid-19 ini. Maka, diperlukan solusi dan peran dari berbagai pihak, termasuk akademisi dalam memperkuat pengetahuan dan pemahaman strategi pemasaran yang efektif pada saat ini. Mitra dari Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah UMKM dan Kelompok Usaha Bersama di DKI Jakarta. UMKM binaan dari Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Kelompok Usaha Bersama dibawah binaan Dinas Sosial DKI Jakarta. Pelatihan ini diselenggarakan sejak bulan Februari 2020 sampai dengan Oktober 2020 secara berkala dengan peserta yang berbeda.

## **METODE**

Metode pelaksanaan pelatihan ini dilakukan secara online dengan materi tentang strategi bauran pemasaran, yaitu strategi produk, distribusi, harga, dan promosi. Bagaimana mengelola promosi dalam kondisi PSBB (pembatasan sosial berskala besar), yaitu dengan memanfaatkan teknologi digital dan memperluas jaringan melalui sosial media, membuat fitur –

fitur / content yang menarik perhatian calon konsumen, bagaimana komunikasi pemasaran yang tepat, kemudian bagaimana komunikasi pemasaran hingga konsumen melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain. Salah satu faktor yang menyebabkan pendistribusian barang UMKM kurang meluas karena pengusaha belum melakukan pemasaran online. Mungkin, beberapa pelaku UMKM sudah memasarkan produknya secara online melalui media sosial, situs marketplace, dan lainnya. Akan tetapi, dalam praktiknya masih kurang maksimal. Sehingga, hasil yang didapat pun kurang maksimal. Kurangnya pengetahuan sampai dengan adaptasi terhadap internet dan perkembangan teknologi yang dialami pelaku UMKM ini menjadi tantangan dan masalah yang harus dihadapi (Susanti et al., 2020).



Gambar 1. Pelaksanaan pelatihan secara daring

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Respon baik dari para peserta pelaku UMKM menjadikan pelatihan virtual ini bermanfaat dan menambah wawasan pengelolaan manajemen bisnis, khususnya untuk strategi pemasaran, bagaimana menghasilkan produk yang inovatif dengan harga yang kompetitif, dan menjual melalui saluran pemasaran yang tepat, hingga strategi promosi yang dapat dijadikan alternatif terbaik di tengah kondisi *new normal* ini untuk bertahan di tengah sulitnya kondisi penjualan. Lebih lanjut lagi, dengan mengikuti pelatihan ini para pelaku usaha memperoleh semangat baru untuk mempertahankan usahanya, memperoleh solusi agar usaha mereka tetap produktif.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah sebagai tanggung jawab sosial Dsoen sebagai salah satu dari Tridarma Perguruan Tinggi yang ditujukan agar berdampak pada kemajuan masyarakat. Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah bagaimana bertahan dan tetap bisa berusaha berdagang di tengah pandemi Covid-19. Pelaku usaha tidak sulit berdagang secara *offline* karena Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) membuat orang jarang keluar rumah sehingga berdampak pada daya beli yang menurun. Namun, produk yang diperlukan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen masih tetap berjalan, walaupun sedikit menurun. Solusi dan peran dari berbagai pihak, termasuk akademisi dalam memperkuat pengetahuan dan pemahaman strategi pemasaran yang efektif pada saat ini.

Berdasarkan penelitian (Adel & Hammad, 2020) menemukan secara unik penelitian interdisipliner yang menyelidiki integrasi antara kewirausahaan dan pemasaran sebagai strategi fungsional yang sukses di UKM dan pengaruhnya terhadap peningkatan kinerja bisnis dalam hal pangsa pasarnya. Perilaku kewirausahaan pelaku UMKM juga menjadi faktor penting dalam menjalankan bisnis. Adanya pengaruh yang signifikan antara pengetahuan berwirausaha, motif berprestasi, kemandirian berusaha terhadap perilaku berwirausaha (Elistia, 2020). Lebih lanjut

dari hasil penelitian Amarakoon & Teicher (2019), perilaku wirausaha diyakini sebagai salah satu penentu keberhasilan sebuah bisnis.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan bahwa, melalui pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pemasaran secara *online* dan memberikan semangat baru untuk mempertahankan usaha dan bersaing dalam bisnis, sehingga menumbuhkan kondisi perbaikan usaha dan keberlanjutan usahanya. Melalui pelatihan ini diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kapasitas pengusaha kecil atau UMKM agar kondisi perekonomiannya mampu bertahan, dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan didukung oleh kreatifitas dan inovasi untuk terus bergerak maju sehingga mampu menghadapi tantangan dan perubahan, serta berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat.

Perguruan Tinggi melalui pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat merupakan kewajiban yang harus dilakukan secara berkesinambungan, oleh karena itu kerjasama antar pemerintah, perguruan tinggi, dan masyarakat mampu untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dan memberikan solusi bersama, sehingga usaha tujuan kesejahteraan masyarakat dapat dicapai. Jadi, salah satu bagian penting adalah peran Dosen dan Mahasiswa berkontribusi berkelanjutan diperlukan dan diimplementasikan melalui kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat yang terintegrasi.

Kolaborasi dalam rangka peningkatan kapasitas manajemen dan keterampilan dengan berbagai instansi seperti akademisi dan jaringan UMKM antar wilayah, bahkan antar propinsi yang saling mendukung produksi dan pemasaran usaha dalam rantai nilai (*value chain*), terlebih lagi dapat disempurnakan pula dengan program – program penyelarasan CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan yang dikemas dalam tema *Sociopreneurship* (Wirausaha Sosial).

### REFERENSI

- Adel, H. M., & Hammad, R. (2020). *Entrepreneurial marketing strategy , institutional environment , and business performance of SMEs in Egypt*. <https://doi.org/10.1108/JEEE-11-2019-0171>
- Amarakoon, U., & Teicher, J. (2019). *Entrepreneurial behaviour: a new perspective on the role of the HR professional*. 48(7), 1809–1829. <https://doi.org/10.1108/PR-03-2018-0087>
- Elistia. (2020). Analysis of Entrepreneurial Knowledge, Achievement Motives And Business Independence towards Entrepreneurial Behavior In Joint Business Groups. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 2(4), 766–774.
- Susanti, A., Istiyanto, B., & Jalari, M. (2020). Strategi UKM pada Masa Pandemi Covid-19. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 67–74. <https://doi.org/10.37010/kangmas.v1i2.50>
- <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51946817>.
- <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/kebijakan-perlindungan-dan-pemulihan-umkm-di-tengah-pandemi-covid-19>