

**Tahun** : 2020  
**Skema Pengabdian** : Abdimas Mandiri  
**Tema RIP** : Pengentasan Kemiskinan (*Poverty Alleviation*)  
dan Pembangunan SDM dan Daya Saing Bangsa

## **LAPORAN KEGIATAN**

### **PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**Pembinaan Kewirausahaan dan Peatihan Strategi Pemasaran Online  
pada Kelompok Usaha Bersama dan UMKM Jakpreneur**



**Oleh:**

<b>Elistia, SE, MM</b>	<b>NIDN. 0308127804</b>
<b>Prof. Dr. Lia Amalia</b>	<b>NIDN. 0016115301</b>
<b>Dr. Ir. Rojuaniah, MM</b>	<b>NIDN. 0302076701</b>
<b>Erlina Puspitaloka Mahadewi, SE, MM</b>	<b>NIDN. 0318027205</b>
<b>Drs. Mudjiarto, M.Si</b>	<b>NIDK. 0203040235</b>
<b>Andi Hidayat Muhmin, SE, MM</b>	<b>NIDN. 0306026803</b>
<b>Ine Limusni Rizki</b>	<b>NIM. 0170101257</b>
<b>Lisa Setiawati</b>	<b>NIM. 20170101004</b>
<b>Widia Hanum</b>	<b>NIM. 20170101005</b>

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen Bisnis  
Universitas Esa Unggul  
Tahun 2020**

**Halaman Pengesahan Laporan  
Program Pengabdian Kepada Masyarakat  
Universitas Esa Unggul**

1. Judul Kegiatan Pengabdian : Pembinaan Kewirausahaan dan Pelatihan Strategi Pemasaran Online pada Kelompok Usaha Bersama dan UMKM Jakpreneur
2. Nama mitra sasaran : Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dan UMKM Jakpreneur
3. Ketua tim :
  - a. Nama : Elistia, SE, MM
  - b. NIDN : 0308127804
  - c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
  - d. Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen Bisnis
  - e. Bidang keahlian : Ekonomi Manajemen
  - f. Email : elistia@esaunggul.ac.id.
4. Jumlah Anggota Dosen : 5
5. Jumlah Anggota Mahasiswa : 3 orang
6. Lokasi kegiatan mitra : Jakarta  
Propinsi : DKI Jakarta
7. Periode/waktu kegiatan : Juli 2020 s.d Oktober 2020
8. Luaran yang dihasilkan : 1. Publikasi prosiding Abdimas ber-ISBN  
2. Publikasi di berita media online
9. Usulan / Realisasi Anggaran :  
Dana Internal UEU : Rp 12.000.000,-

Jakarta, 19 Desember 2020

Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Tantri Yanuar Rahmat Syah, SE, MSM**  
NIP. 209010392

Ketua Tim Pelaksana

**Elistia, SE, MM**  
NIDN. 0308127804

Mengetahui,  
Ka. LPPM



**Dr. Erry Yudhya Mulyani, M.Sc**  
NIK. 209100388

## Daftar Isi

Halaman Pengesahan .....	i
Daftar Isi .....	1
Identitas dan Uraian Umum .....	2
BAB I. Analisis Situasi dan Permasalahan Mitra .....	3
BAB II. Solusi Permasalahan dan Target Luaran .....	4
Bab III. Metode Pelaksanaan .....	5
Bab IV. Hasil dan Pembahasan .....	7
BAB V. Kesimpulan dan Saran .....	8
5.1. Kesimpulan .....	8
5.2. Saran .....	9
Daftar Pustaka .....	10
Lampiran 1. Dokumentasi Kegiatan .....	11
Dokumentasi Pelatihan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) .....	11
Lampiran 2. Daftar Hadir Peserta .....	13
Lampiran 3. Sertifikat .....	14
Lampiran 4. Surat Pemberitahuan Jadwal Pembinaan Kewirausahaan .....	15
Lampiran 5. Publikasi Kegiatan di Media Online Dinas Sosial dan Berita Jakarta .....	16
Lampiran 6. Publikasi Prosiding Pengabdian Kepada Masyarakat .....	18

## Identitas dan Uraian Umum

1. Judul Pengabdian Kepada Masyarakat : Pembinaan Kewirausahaan dan Peatihan Strategi Pemasaran *Online* pada Kelompok Usaha Bersama dan UMKM Jakpreneur

2. Tim Pelaksana :

No.	Nama	Jabatan	Bidang
1.	Elistia, SE, MM	Ketua	Manajemen
2.	Prof. Dr. Lia Amalia, MM	Anggota 1	Manajemen
3.	Dr. Ir. Rojuaniah, MM	Anggota 2	Manajemen
4.	Erlina Puspitaloka Mahadewi, SE, MM	Anggota 3	Kesehatan Masyarakat
5.	Drs. Mudjiarto, M.Si	Anggota 4	Manajemen
6.	Andi Hidayat Muhmin, SE, MM	Anggota 5	Manajemen
7.	Ine Limusni Rizki	Anggota 6	Mahasiswa Manajemen
8.	Lisa Setiawati	Anggota 7	Mahasiswa Manajemen
9.	Widia Hanum	Anggota 8	Mahasiswa Manajemen

3. Objek (khalayak sasaran) Pengabdian kepada Masyarakat  
Pengusaha Mikro yang tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di bawah binaan Dinas Sosial, DKI Jakarta dan Kelompok Usaha UMKM di bawah binaan Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Administrasi Jakarta Pusat.
4. Masa Pelaksanaan  
Mulai, bulan : Juli tahun : 2020  
Berakhir, bulan : Oktober tahun : 2020
5. Lokasi Pengabdian kepada Masyarakat :  
Zoom meeting
7. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan :  
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.
8. Kontribusi mendasar pada khalayak sasaran :  
Pelatihan pengelolaan manajemen bisnis dan pemasaran *online* ini diikuti oleh total 100 (seratus) orang pelaku usaha mikro yang diharapkan, yaitu:
1. Peningkatan pemahaman pengelolaan manajemen bisnis
  2. Peningkatan pemahaman strategi pemasaran *online*.
  3. Mampu mempertahankan usaha dalam kondisi pandemi Covid-19

## **BAB I. Analisis Situasi dan Permasalahan Mitra**

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).

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) adalah kelompok warga atau keluarga binaan sosial yang dibentuk oleh warga atau keluarga binaan sosial melalui proses kegiatan Prosesos untuk melaksanakan kegiatan kesejahteraan sosial dan usaha ekonomi dalam semangat kebersamaan sebagai sarana untuk meningkatkan taraf kesejahteraan sosial (Departemen Sosial RI, 1997). KUBE sebagai pendekatan program penanggulangan kemiskinan dilandasi suatu pertimbangan atas kenyataan adanya keterbatasan yang melekat pada Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) dan keluarga miskin, seperti rendahnya sumber daya manusia, kurangnya modal usaha dan keterbatasan kemampuan dalam menjalin jaringan pemasaran. Sedangkan para pelaku usaha UMKM dalam Jakpreneur berasal dari UMKM di wilayah kotamadya Jakarta Pusat yang terdiri dari 9 (sembilan) Kecamatan. Jumlah peserta yang hadir selama pelatihan sebanyak 60 (enam puluh) orang.

## **BAB II. Solusi Permasalahan dan Target Luaran**

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 Juli 2020 sampai dengan Oktober 2020 secara terjadwal.

### Bab III. Metode Pelaksanaan

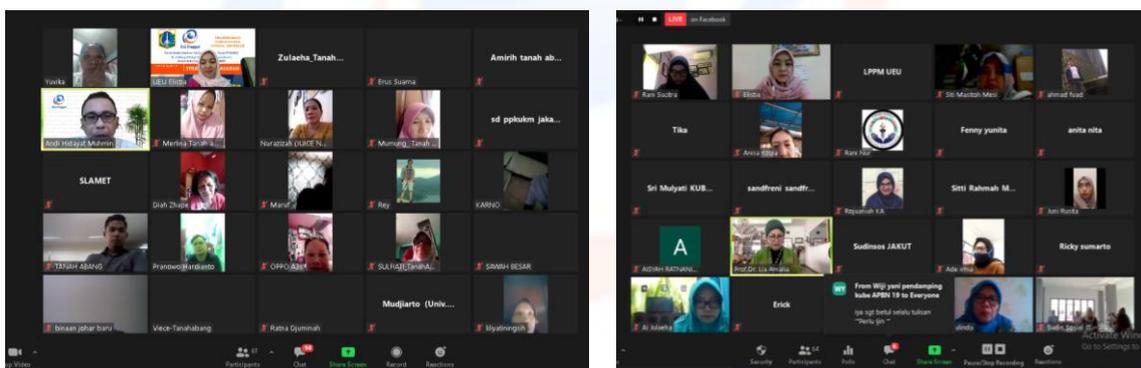
Metode pelaksanaan pelatihan ini dilakukan secara online dengan materi tentang strategi bauran pemasaran, yaitu strategi produk, distribusi, harga, dan promosi. Bagaimana mengelola promosi dalam kondisi PSBB (pembatasan sosial berskala besar), yaitu dengan memanfaatkan teknologi digital dan memperluas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

Tabel 1. Susunan Acara Pelatihan Strategi Pemasaran Online

No	Waktu		Acara	Narasumber
	Hari	Pukul		
1	Senin, 27 Juli 2020	08.30 – 09.00	Registrasi Peserta	Panitia Dinas Sosial
		09.00 – 09.30	Pembukaan Kegiatan	
		09.30 – 11.30	Materi Panel :	Universitas Esa Unggul
			a. Motivasi Kewirausahaan	
			b. Strategi Pemasaran Online	
			c. Desain Kemasan Produk	
			d. Laporan Keuangan	
11.30 – 12.00	Sesi Tanya Jawab	Panitia Dinas Sosial		
12.00 – 12.15	Penutupan Kegiatan	Panitia Dinas Sosial		

Tabel 2. Susunan Acara Kegiatan Pembinaan Kewirausahaan Tahun 2020

NO	WAKTU	URAIAN	MATERI	KETERANGAN
1	09.30 - 09.35	Pembukaan	-	Host
2	09.35 - 09.45	Sambutan	Kebijakan Pembinaan	Ka. Sudin PPKUKM JP/Kasi KUKM
3	09.45 – 09.50	Jeda Waktu	-	Host
4	09.50 - 10.10	Materi 1	Perizinan	Narasumber PTSP
5	10.10 – 10.15	Jeda Waktu	-	Host
6	10.15 – 10.45	Materi 2	Dasar - Dasar Kewirausahaan	Narasumber Universitas
7	10.45 – 10.50	Jeda Waktu	-	Host
8	10.50 - 11.20	Materi 3	Strategi Pemasaran	Narasumber Universitas
9	11.20 – 10.25	Jeda Waktu	-	Host
10	11.25 – 11.55	Materi 4	Permodalan	Narasumber Bank DKI
11	11.55 – 12.00	Penutupan	-	Host



Gambar 1. Pelaksanaan pelatihan secara daring

## **Bab IV. Hasil dan Pembahasan**

Respon baik dari para peserta pelaku usaha menjadikan pelatihan virtual ini bermanfaat dan mampu menambah wawasan pelaku usaha KUBE untuk bertahan di tengah sulitnya kondisi penjualan. Lebih lanjut lagi, dengan mengikuti pelatihan ini para pelaku usaha memperoleh semangat baru untuk mempertahankan usahanya, serta memberikan solusi yang tepat untuk melakukan pemasaran secara *online online* yang cukup efektif dan efisien.

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.

## **BAB V. Kesimpulan dan Saran**

### **5.1. Kesimpulan**

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.

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) merupakan binaan dari Dinas Sosial DKI Jakarta merupakan upaya dalam mensejahterakan masyarakat yang utamanya dari masyarakat miskin. Peran pemerintah dalam penanggulangan kemiskinan juga harus didukung melalui kerjasama dengan berbagai pihak, salah satunya dengan Perguruan Tinggi melalui salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu Pengabdian kepada Masyarakat.

Jadi 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.

## 5.2. Saran

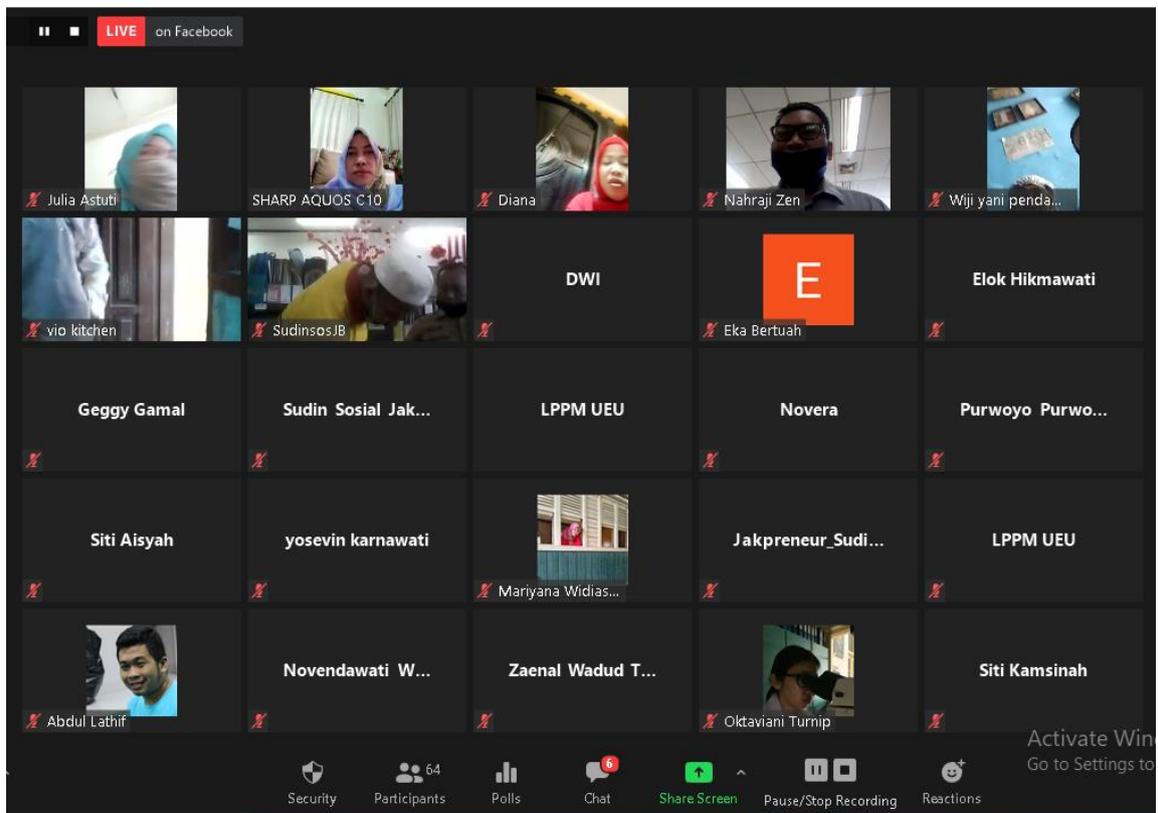
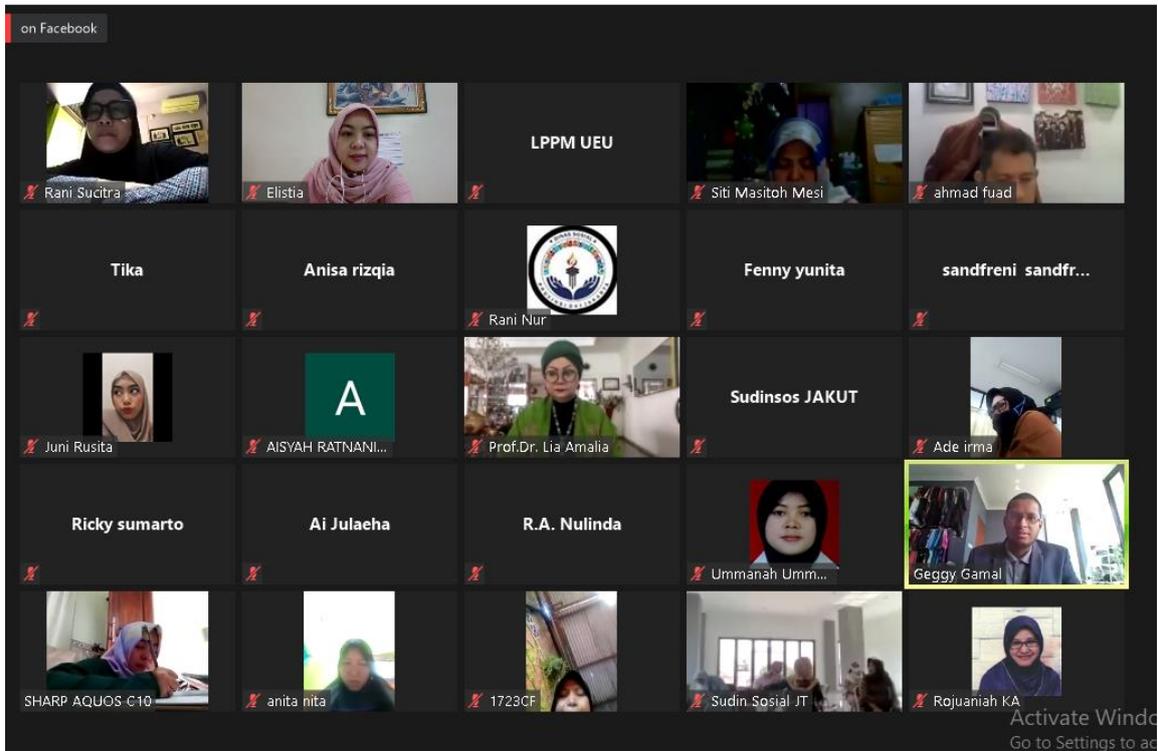
Perguruan Tinggi melalui pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat merupakan kewajiban yang harus dilakukan secara berkesinambungan, oleh karena itu kerjasama antar pemerintah, perguruan tinggi, dan masyarakat mampu untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dan memberikan solusi bersama, sehingga usaha 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).

## Daftar Pustaka

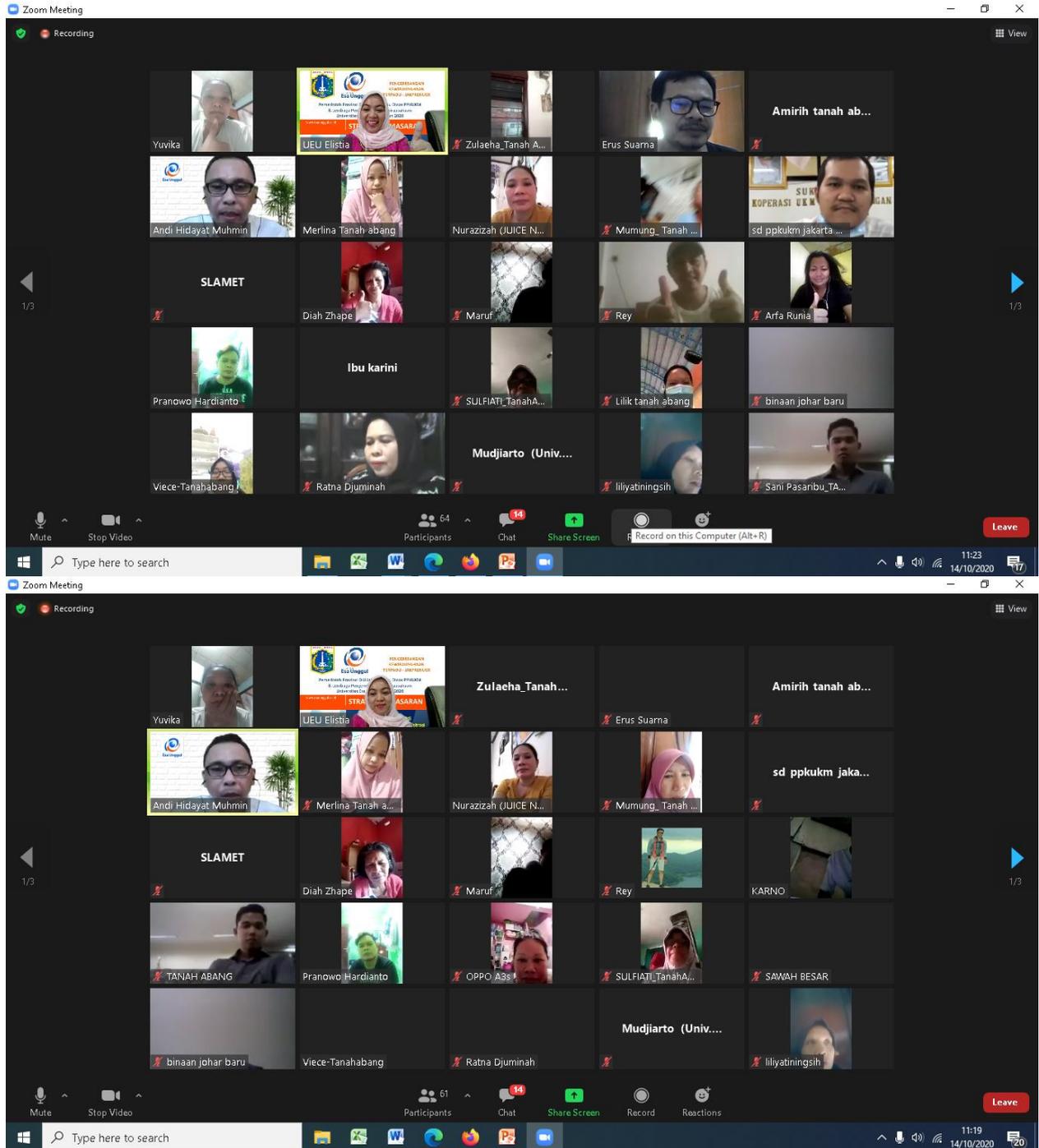
- Adel, H. M., & Hammad, R. (2020). *Entrepreneurial marketing strategy , institutional environment, and business performance of SMEs in Egypt*.  
<https://doi.org/10.1108/JEEE-11-2019-0171>
- Amarakoon, U., & Teicher, J. (2019). *Entrepreneurial behaviour : a new perspective on the role of the HR professional*. 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 Researh 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>  
<https://www.dinsos.jakarta.go.id>  
<https://m.beritajakarta.id>

## Lampiran 1. Dokumentasi Kegiatan

### Dokumentasi Pelatihan Kelompok Usaha Bersama (KUBE)



## Dokumentasi Kegiatan Pelatihan UMKM JAKPRENEUR



## Lampiran 2. Daftar Hadir Peserta

Daftar Peserta		
	Nama	Jenis Usaha
1	SRI HASTUTI HANDAYANI	DOSEN
2	Tri Asti Marhaeningsih	Resseller Bakso Kinona
3	Wijiyani	Makanan dan minuman
4	Anita	Kue
5	Julaeha	Minuman
6	Dede Suhaeti	Menjahit
7	JULIA ASTUTI	KULINER
8	Siti Kamsinah	Warung kelontong
9	Rani Sucitra	kuliner
10	Ricky Sumarto	Makanan
11	Anisa rizqia	Warung nasi/aneka snak
12	Indatiah	Makanan dan minuman
13	Diana	Kue basah dan gorengan
14	Mariah	Warung Sembako
15	Tharsumi	Makanan dan Minuman
16	Mulyani	Makanan
17	S. A. SOEKARSIH	Kerajinan
18	Cucum Sumiasih	Hand Craft
19	Suyatmi	Makanan
20	Supenah	Gado <sup>2</sup> dan Nasi Uduk
21	Novendawati Wahyu Sitasari	-
22	Sri Suharyani	Jamu Keliling
23	Nahraji Zen, SH.I	PERTANIAN DAN PERKEBUNAN
24	Suprihatin	Makanan
25	Juniatri Rusita	Makanan
26	Muhammad Fikri Mubarak	Makanan ringan
27	Titin Sumarni	Menjahit
28	Misrati	Makanan dan Minuman
29	Juriah	-
30	Ahmad Fuad, M.Ds	Dosen
31	Nurhalimah	Piscok lumer baper
32	Rahman	Kuliner
33	Asnawati	Makanan ringan dan minuman(chemilan khas minang dan kopi kekinian)
34	Palupi yuliana	Tas munte
35	Juwita Damayanti	Kuliner
36	Novera Kristianti Maharani, SE.	Pemateri sesi keuangan
37	Zaenal Wadud Tantowi	Minuman
38	Muhammad Idrus	Kuliner
39	SRI MULYATI	Kue kering
40	Astri Rejeki	Dagang
41	Fenny Yunita	Minuman yogurt & salad buah
42	Sunarsih	Minuman Bir Pletok dan kue2 Betawi
43	Lita Patricia Lunanta	dosen
44	Yosevin Karnawati	Penyaji
45	MARIAH	Gado-gado

### Lampiran 3. Sertifikat



## Lampiran 4. Surat Pemberitahuan Jadwal Pembinaan Kewirausahaan



PEMERINTAH PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA  
DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN, KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH  
**SUKU DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN, KOPERASI,  
USAHA KECIL DAN MENENGAH KOTA ADMINISTRASI JAKARTA PUSAT**

Jalan Tanah Abang I No. 1 Blok C Lt. IV Telp. (021) 385 3662 Fax. (021) 380 5491 - 384 0914  
email : sdppkukm.jp@gmail.com

Kode Pos 10160

Nomor : *14061-1.828*  
Sifat : Penting  
Lampiran : 5 (lima) lembar  
Hal : Pemberitahuan Jadwal  
Pembinaan Kewirausahaan

Jakarta, *7* Juni 2020

Kepada

Yth. Lembaga Pengembangan  
Kewirausahaan, UMKM, dan Koperasi  
Universitas Esa Unggul  
di

Jakarta

Sehubungan dengan pelaksanaan kegiatan Pengembangan Kewirausahaan Terpadu (PKT) di Kota Administrasi Jakarta Pusat Tahun 2020 yang dilaksanakan oleh Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Administrasi Jakarta Pusat, maka bersama ini kami sampaikan jadwal pelatihan di Kecamatan se-Jakarta Pusat.

Adapun tempat pelaksanaan kegiatan dimaksud dikarenakan masih dalam masa PSBB Transisi Covid-19 maka dilaksanakan melalui Virtual Zoom Meeting di RPTRA masing-masing kelurahan yang dipandu oleh pendamping PKT di setiap kecamatan sebanyak 9 (sembilan) kali pelatihan dengan peserta yang berbeda. ( Jadwal Terlampir )

Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

## Lampiran 5. Publikasi Kegiatan di Media Online Dinas Sosial dan Berita Jakarta

<https://www.dinsos.jakarta.go.id/berita/307>

Dinas Sosial DKI Jakarta berkolaborasi bersama Universitas Esa Unggul menggelar pelatihan dengan mengusung tema "Strategi Pemasaran Online pada Masa Transisi Era Pandemi menuju New Normal"

Guna mendorong pertumbuhan ekonomi di masa pandemi saat ini, strategi pemasaran produk dinilai penting, terlebih bagi usaha kecil dan menengah. Untuk itu, Dinas Sosial DKI Jakarta berkolaborasi bersama Universitas Esa Unggul menggelar pelatihan dengan mengusung tema "Strategi Pemasaran Online pada Masa Transisi Era Pandemi menuju New Normal", dilakukan dengan video conference, Senin (27/7).

Kepala Bidang Pengembangan Kesejahteraan Sosial dan Penanganan Fakir Miskin (PKS PFM) Susana Budi Susilowati mengungkapkan, sektor UMKM termasuk Usaha Ekonomi Produktif (UEP) dan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) yang masuk dalam sektor mikro, perlu kembali bangkit, beradaptasi dengan situasi dan kondisi masa transisi menuju new normal.

"UMKM, dalam hal ini UEP KUBE harus fokus pada kebutuhan konsumen. Kedua, terus berinovasi dan berkreasi, baik di level produk maupun pelayanan sesuai perubahan preferensi dan perilaku konsumen," tuturnya.

Ia menilai, era digital membawa pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan manusia. Berbagai aktifitas dan kebutuhan dipermudah dengan adanya kecanggihan teknologi. Termasuk dunia pemasaran atau marketing, dimana cara manual atau tradisional mulai ditinggalkan karena terbilang kurang efektif dalam berbagai hal.

"Tujuan dari memanfaatkan pemasaran online yaitu membuat proses marketing ini agar mendapat jangkauan yang lebih luas, lebih efektif baik dari segi waktu, tenaga maupun biaya," tambahnya.

Acara tersebut diikuti 44 peserta yang terdiri dari UEP dan KUBE binaan Dinsos DKI Jakarta yang berasal dari lima wilayah Kota Administrasi.

Dalam kesempatan tersebut, peserta disuguhkan sejumlah materi yang diharapkan mampu menambah keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya secara online. Materi yang dibahas antara lain Motivasi Kewirausahaan, Strategi Pemasaran Online, Desain Kemasan Produk dan Laporan Keuangan.

Diharapkan dengan adanya pelatihan ini, pengetahuan strategi pemasaran online dapat ditindaklanjuti dalam pemasaran produk masing-masing binaan UEP dan KUBE. Selain itu, semangat berwirausaha semakin meningkat walaupun di era pandemik menuju new normal dan produk yang dihasilkan semakin eksis dalam pemasaran, sehingga dapat meningkatkan pembeli dan pendapatan bagi UEP dan KUBE. (md)

<https://m.beritajakarta.id/read/81655/dinsos-dan-perguruan-tinggi-berkolaborasi-adakan-pelatihan-pemasaran-online>

Dinsos dan Perguruan Tinggi Berkolaborasi Adakan Pelatihan Pemasaran Online

Reporter: ALDI GERI LUMBAN TOBING

Editor: TONI RIYANTO

29 Juli 2020 16:38 WIB

Dinas Sosial DKI Jakarta berkolaborasi bersama Universitas Esa Unggul menggelar pelatihan bertema "Strategi Pemasaran Online pada Masa Transisi Era Pandemi menuju New Normal".

Pelatihan yang dilakukan secara daring ini diikuti oleh 44 peserta yang terdiri dari Usaha Ekonomi Produktif (UEP) dan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) binaan Dinas Sosial DKI Jakarta dari lima wilayah kota administrasi.

Dalam pelatihan tersebut para peserta diberikan materi yang dapat menambah keterampilan memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya secara online di antaranya, motivasi kewirausahaan, strategi pemasaran online, desain kemasan produk, dan laporan keuangan.

Kepala Bidang Pengembangan Kesejahteraan Sosial dan Penanganan Fakir Miskin (PKS PFM) Dinas Sosial DKI Jakarta, Susana Budi Susilowati mengatakan, sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) termasuk UEP dan KUBE harus bangkit, beradaptasi dengan situasi serta kondisi masa transisi menuju new normal.

"UMKM, dalam hal ini UEP KUBE harus fokus pada kebutuhan konsumen. Kedua, terus berinovasi dan berkreasi, baik di level produk maupun pelayanan sesuai perubahan preferensi dan perilaku konsumen," ujarnya, Rabu (29/7).

Susan menilai, era digital membawa pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan manusia. Berbagai aktivitas dan kebutuhan dipermudah dengan adanya kecanggihan teknologi, termasuk dunia pemasaran atau marketing.

"Tujuan dari memanfaatkan pemasaran online adalah membawa proses marketing ini agar mendapat jangkauan yang lebih luas, efektif dari segi waktu, tenaga, maupun biaya," terangnya.

Ia menambahkan, strategi pemasaran produk dinilai penting karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di masa pandemi saat ini, terlebih bagi UMKM. Melalui pelatihan ini diharapkan pengetahuan strategi pemasaran online dapat ditindaklanjuti dalam pemasaran produk masing-masing UEP dan KUBE binaan.

"Kami ingin semangat berwirausaha semakin meningkat walaupun di masa pandemi COVID-19. Selain itu, produk yang dihasilkan semakin eksis dalam pemasaran sehingga dapat meningkatkan pembeli atau pendapatan bagi UEP dan KUBE," tandasnya.

Jakarta, 17 Februari 2021

Perihal : Permohonan Verifikasi Publikasi Abdimas  
Lampiran : 1 bukti prosiding Abdimas

Kepada Yth.  
Ka. Lembaga Penerbitan Di  
Tempat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah:

Nama : Elistia  
NIDN : 0308127804  
Judul Publikasi Abdimas : Pelatihan Pengelolaan Manajemen Bisnis Untuk UMKM  
di Era New Normal  
Nama Prosiding : Seminar Nasional APDI Mengabdikan Untuk Negeri (SNAMN)  
"Pengabdian Masyarakat di Era New Normal"  
Nomor ISSN : 2746-1246  
Terbit Tanggal & Tahun : Januari 2021  
Url Link publikasi : <https://www.prosiding.adpiindonesia.id/index.php/proceedings>  
<https://doi.org/10.47841/adpi.v2i2>

Mengajukan permohonan verifikasi publikasi prosiding. Mohon kiranya, Bapak/Ibu memberikan verifikasi tersebut sebagai bukti syarat pengajuan BKD.

Demikian surat permohonan ini saya buat. Atas bantuan dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,



Elistia

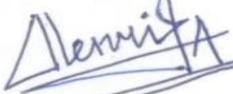
---

#### LEMBAR VERIFIKASI

Artikel dengan judul, "Pelatihan Pengelolaan Manajemen Bisnis Untuk UMKM di Era New Normal" telah ter-verifikasi di <https://www.prosiding.adpi-indonesia.id/index.php/proceedings/article/view/122>

Jakarta, 22 Februari 2021

Verifikator:



Henry Arianto, S.H, M.H

Ka.Bag. Jurnal UEU



2<sup>nd</sup>

SEMINAR NASIONAL

ADPI MENGABDI UNTUK NEGERI (SNAMN)

ASOSIASI DOSEN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT INDONESIA (ADPI)

**“Pengabdian Masyarakat di Era New Normal”**



**PROSIDING**

**Seminar**

**23 - 24 Januari 2021**

**ISSN: 2746-1246**

Asosiasi Dosen PKM Indonesia (ADPI)  
Jl. Komp Unand Padang Besi, Kec Lubuk  
Kilangan Kota Padang Sumatera Barat  
Kode Pos 25166

Email: [info@adpi-indonesia.id](mailto:info@adpi-indonesia.id)  
Phone: +6282386622140

## **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*

The 2<sup>nd</sup> Seminar Nasional ADPI Mengabdikan Untuk Negeri Pengabdian Masyarakat di Era New Normal  
pelatihan ini diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kapasitas pengusaha  
Prosiding Vol 2, No 2 (2021) ISSN: 2746-1246  
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 erhitung 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).

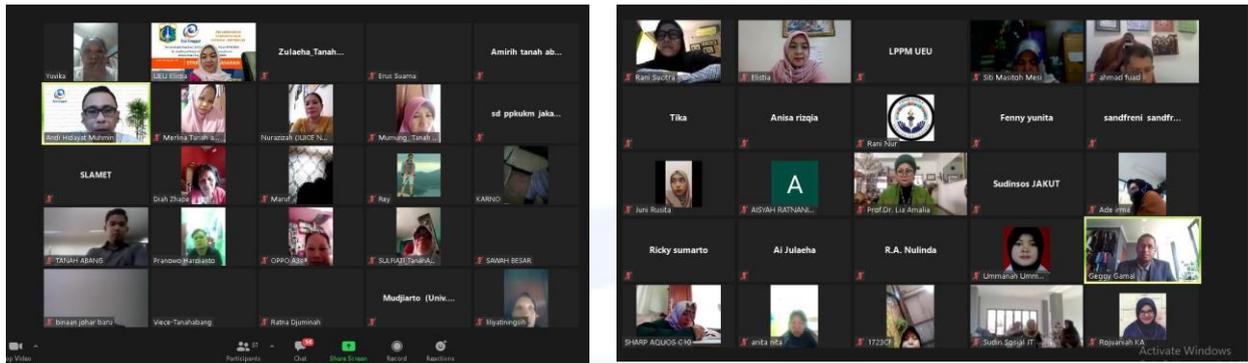
Untuk dapat bertahan di masa pandemi Covid-19 ini tentu saja diperlukan perencanaan dan strategi bisnis yang penting dan sangat berperan dalam kesuksesan untuk para UMKM. Pengelolaan manajemen bisnis yang baik akan mampu menghasilkan keberhasilan, selain itu, ketahanan akan segala jenis permasalahan 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 –

The 2<sup>nd</sup> Seminar Nasional ADPI Mengabdikan Untuk Negeri Pengabdian Masyarakat di Era New Normal  
 ISSN: 2746-1246  
 Prosidings Vol. 2, No 2 (2021)

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

## 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>