ALTRUIS, e-ISSN 2620-5513, p-ISSN 2620-5505, Vol. 4, No. 2, Oktober 2021, hal. 74-81
Abdimas Altruis : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
http://e-journal.usd.ac.id/index.php/ABDIMAS
Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN PARA PELAKU USAHA KECIL DI BANDUNG

Maria Merry Marianti[1], Paulina Permatasari[2], Istiharini[3], Probowo ErawanSastroredjo[4], Natalia Christi[5]
[1,2, 3, 4, 5] Universitas Katolik Parahyangan Bandung
Email: [1]merrym@unpar.ac.id
https://doi.org/10.24071/aa.v4i2.3314
diterima: 22 April 2021; diterbitkan: 10 Oktober 2021

Abstract

The purpose of this training is to increase the knowledge and abilities of new entrepreneurs who are just starting out, or small entrepreneurs who want to develop their business to be bigger and more planned. Increasing the management capabilities of small entrepreneurs, can help them improve their business strategy, operations management, marketing, finance, human resources, and financial reports. The target to be achieved is to increase the ability of startup entrepreneurs or small entrepreneurs, so that they are able to improve their business management, increase sales, and ultimately increase the scale (size) of the company and its profits in a sustainable manner. The training method provided is in the form of material presentations on how to make business strategies, crisis management, marketing management during a crisis, how to calculate the cost of goods sold, how to make a profit / loss report, and how to make a Brand Right. After attending the training for 2 months, all participants are required to create an initial Business Model Canvas. This business model is then gradually evaluated and re-developed, resulting in continuous improvement.

Keywords: small entrepreneurs, entrepreneurs, startup entrepreneurs, continuous improvement

PENDAHULUAN

Usaha Mikro dan Kecil merupakan jenis usaha yang jumlahnya terbanyak di Indonesia. Peta Bisnis di Indonesia menunjukkan bahwa, pada tahun 2016 jumlah usaha mikro dan kecil ada sekitar 61,59 juta (99,9% dari total perusahaan yang ada), dan pada tahun 2017 ada sekitar 62,86 juta (99,9% dari total perusahaan yang ada). Banyaknya usaha mikro dan kecil ini diikuti dengan banyaknya jumlah pekerja yang bekerja di sektor usaha mikro dan menengah ini. Pada tahun 2016 ada sekitar 109,2 juta (94% dari total pekerja) dan pada tahun 2017 ada sekitar 112,9 juta (93,9% dari total pekerja) yang bekerja pada sektor usaha mikro dan kecil. Mengingat banyaknya jumlah usaha mikro dan kecil, serta tingginya penyerapan tenaga-kerja pada sektor usaha mikro dan kecil maka tim pengabdi dari Jurusan Manajemen dan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, tertarik untuk melaksanakan pengabdian berupa pemberian pelatihan untuk mengembangkan usaha mikro dan kecil yang ada di Kota Bandung, karena tim kami berdomisili di Bandung. Kami memandang, usaha kecil memiliki dampak yang sangat besar terhadap perkembangan ekonomi Indonesia, terutama karena jumlahnya yang sangat banyak ini.

Tambunan (2008) menyatakan bahwa masalah umum yang ditemukan di UMKM (Mikro, Usaha Kecil, Menengah) adalah sebagai berikut: (1). Kurangnya modal kerja, (2). Kesulitan pemasaran, (3). Terbatasnya akses ke sumber daya keuangan, (4).

Kurangnya keterampilan dan manajemen teknologi, (5). Rendahnya produktivitas, (6). Terbatasnya akses ke sumber daya seperti teknologi, informasi, dan pasar, (7). Rendahnya kualitas manajemen, (8). Kurangnya jaringan bisnis. (Anton, et.al, 2015). Banyaknya masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM ini, maka kami tertarik untuk mengadakan pelatihan kewirausahaan dan manajemen, dengan harapan dapat membantu meningkatkan kemampuan kewirausahaan dan manajemen para pelaku UMKM ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka tim kami melihat kesempatan untuk membantu para pengusaha ini belajar ilmu manajemen agar mereka lebih mampu mengembangkan usahanya baik dalam hal melihat dan meraih peluang, menyusun strategi, melakukan manajemen pemasaran, manajemen produksi/operasi, menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan membuat laporan keuangan sederhana berupa Laporan laba/Rugi.

Masalah yang dihadapi oleh para anggota Gereja Baptis Pertama (yang menjadi mitra dalam kegiatan pelatihan ini), adalah banyaknya jemaat yang menjadi pengusaha untuk menambah penghasilan ataupun meningkatkan kesejahteraan hidup mereka, namun mereka belum pernah mendapatkan pembinaan ataupun bimbingan untuk mengelola ataupun mengembangkan usahanya. Kebanyakan pengusaha di tempat ini adalah usaha mikro yang tidak memiliki karyawan atau yang jumlah karyawannya kurang dari sepuluh orang.

Anggota Gereja Baptis Pertama yang menjadi pengusaha ini, sangat membutuhkan bimbingan agar mereka mampu membuat rencana bisnis, menjadi pengusaha yang bisa mengelola bisnis dengan baik, dan akhirnya dapat mengembangkan bisnisnya. Syarat untuk menjadi peserta pelatihan ini adalah orang yang sudah memiliki perusahaan (walaupun masih merupakan usaha yang sangat kecil) dan sungguh-sungguh ingin mengembangkannya usahanya secara konsisten.

METODE PELAKSANAAN

Untuk mampu membuat rencana bisnis dan mengelola bisnisnya dengan baik, maka para wirausahawan kecil yang ikut pelatihan, akan diberikan materi pelatihan mengenai Kewirausahaan, berbagai ilmu Manajemen (Pemasaran, Produksi/Operasi, Keuangan, Stratejik), serta Akuntansi sederhana sebanyak 4 kali. Pelatihan diberikan setiap awal bulan sekali, yaitu setiap hari Sabtu minggu pertama, pukul 08.00 – 12.00 (selama 4 jam). Kegiatan pelatihan ini telah dilaksanakan sejak awal Februari sampai Oktober 2020, dan telah diberikan kepada 3 (tiga) Angkatan, yaitu Angkatan kedua, ketiga, dan keempat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Rencana Kegiatan Pelatihan

Kegiatan ini direncanakan akan dilaksanakan pada Semester Genap 2019/2020 dan Ganjil 2020/2021, sejak bulan Februari 2020 sampai Oktober 2020, untuk 2 angkatan peserta pelatihan, masing-masing sebanyak 20 peserta. Pada bulan November 2020 direncanakan untuk pembuatan Laporan Akhir dan mempersiapkan Makalah untuk dipublikasikan pada Jurnal Nasional.

Tabel 1. Rencana Kegiatan Pada Semester Genap 2019/2020

No	Kegiatan	Febr 2020	Mar 2020	April 2020	Mei 2020
1	Melihat peluang dan membuat rencana bisnis				
2	Memperbaiki manajemen perusahaan				
3	Menghitung HPP, catatan Pendapatan & Biaya, membuat Laporan Laba Rugi (L/R)				
4	Melakukan evaluasi dan merencanakan perbaikan rencana bisnis selanjutnya				

Tabel 2. Rencana Kegiatan Pada Semester Ganjil 2020/2021

No	Kegiatan	Juli 2020	Agus 2020	Sept 2020	Okt 2020
1	Melihat peluang dan membuat rencana bisnis				
2	Memperbaiki manajemen perusahaan				
3	Menghitung HPP, catatan Pendapatan & Biaya, membuat Laporan Laba Rugi (L/R)				
4	Melakukan evaluasi dan merencanakan perbaikan rencana bisnis selanjutnya				

Para pelatih dan pendamping pada pelatihan ini adalah para dosen tetap Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah berpengalaman mengajar dan memberikan pelatihan tentang kewirausahaan, manajemen, dan akuntansi, juga memiliki usaha sendiri, baik yang dijalankan oleh suami ataupun orang-tua. Tenaga dosen yang terlibat dalam pelatihan ini yaitu: Ketua: Dr. Maria Merry Marianti – Dosen Tetap Jurusan Manajemen. Anggota: (1). Dr. Paulina Permatasari, Dosen Tetap Jurusan Akuntansi, (2). Dr. Istiharini, Dosen Tetap Jurusan Manajemen, (3). Probowo Erawan Sastroredjo S.E., MSc., Dosen Tetap Jurusan Manajemen, (4). Natalia Christi ST., MBA, Dosen Tetap Jurusan Manajemen.

Realisasi Kegiatan Pelatihan

Pelatihan untuk angkatan ke 1 (semester kedua tahun 2019) dan angkatan ke 2 (semester pertama tahun 2020) dilaksanakan secara tatap muka langsung (luring) di Gereja Baptis Pertama (jalan Wastukencana No. 40 Bandung) dan hanya diberikan kesempatan (dibuka) untuk jemaat Gereja Baptis Pertama (GBP) serta Gereja Baptis Bakti (GBB) saja. Hal ini dikarenakan adanya Perjanjian Kerjasama antara Gembala Sidang GBP dengan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan (FE UNPAR) dalam bentuk perjanjian pemberian pelatihan di GBP. Perjanjian kerjasama ini berupa:

1. Penyediaan tempat, peralatan pelatihan, dan minuman oleh GBP.
2. Penyediaan pelatih, materi pelatihan, dan konsumsi oleh FE UNPAR.

Pelatihan untuk angkatan ke 3 dan 4 dilaksanakan secara daring (*daring*) dan terbuka untuk siapa saja (umum) termasuk juga untuk jemaat GBP atau GBB. Jadi pelatihan untuk angkatan ke 3 dan 4 ini, dapat diikuti oleh peserta dari berbagai kota/daerah, bukan hanya dari Kota Bandung saja. Hal ini dikarenakan adanya Pandemi Covid-19, yang mengakibatkan dihindarinya pertemuan dan tatap muka langsung, untuk mengurangi risiko penyebaran virus covid-19.

Jumlah peserta pelatihan untuk setiap angkatan adalah sebagai berikut:

1. Angkatan kesatu ada 20 peserta yang merupakan anggota jemaat Gereja Baptis Pertama Bandung.
2. Angkatan kedua ada 20 peserta yang merupakan anggota jemaat Gereja Baptis Pertama dan Gereja Baptis Bakti Bandung.
3. Angkatan ketiga ada 16 peserta yang merupakan masyarakat umum dari berbagai daerah.
4. Angkatan ke empat ada 30 peserta yang merupakan masyarakat umum dari berbagai daerah.

Waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan selama tahun 2020, terbagi atas pelatihan untuk tiga angkatan, dengan jadwal waktu sebagai berikut:

1. Pelatihan untuk Angkatan kedua:
   Pelatihan untuk angkatan kedua diselenggarakan sebanyak 3 (tiga) kali yaitu setiap hari Sabtu, jam 08.30 – 11.30, pada tanggal 1 Februari, 22 Februari, dan 8 Agustus 2020 di GBP.
2. Pelatihan untuk Angkatan ketiga:
   Pelatihan untuk angkatan ketiga diselenggarakan sebanyak 2 (dua) kali, yaitu setiap hari Selasa, jam 19.00 – 21.00, pada tanggal 11 Agustus dan 18 Agustus 2020 secara daring.
3. Pelatihan untuk Angkatan keempat:
   Pelatihan untuk angkatan keempat, dilaksanakan sebanyak 2 (dua) kali, yaitu setiap hari Kamis, jam 19.00 -21.00, pada tanggal 15 dan 22 Oktober 2020 secara daring.

Evaluasi Keberhasilan Kegiatan Pelatihan

Evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan ini baru berupa angket dalam bentuk *google form* yang wajib diisi oleh para peserta, dan baru dilakukan kepada peserta pelatihan Angkatan ke 4. Angket ini berisi evaluasi terhadap isi materi pelatihan apakah dapat dipahami atau tidak, materi pelatihan bermanfaat atau tidak, kemampuan pelatih dalam menjelaskan materi yang disampaikan, keinginan untuk ikut pelatihan lainnya, serta saran dari para peserta pelatihan.

Evaluasi dampak kegiatan pelatihan terhadap pertumbuhan bisnis peserta, perbaikan kinerja perusahaan, dan manajemen usaha peserta pelatihan, belum dapat diukur, karena setelah pelatihan Angkatan kedua yang kedua kali, tiba-tiba terjadi pandemi covid-19 yang dilanjutkan dengan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), sehingga kebanyakan dari peserta pelatihan terkena dampaknya, berupa penurunan penjualan produknya secara signifikan. Terkait adanya Pandemi Covid-19, tim kami mengadakan riset kecil mengenai dampak Pandemi Covid-19 terhadap usaha peserta.

Pembahasan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Kegiatan pengabdian ini berupa pemberian pelatihan kepada para pelaku usaha kecil. Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), UMKM memiliki karakteristik yaitu mencerminkan pola ekonomi suatu negara, dan juga mencerminkan dimensi sosial dan budaya negara tersebut. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara (Tambunan, 2005). Mulai dari perannya dalam pembentukan PDB sekitar 63,58%, kemampuannya menyerap tenaga kerja sebesar 99,45% atau sangat besarnya jumlah unit usaha yang terlibat yakni sekitar 99,84% dari seluruh unit

usaha yang ada, sehingga memiliki bagian yang cukup signifikan dalam jumlah nilai *eksport* total, yang mencapai 18,72% (Niode, 2009). Pengembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi serta dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara (Wibowo et al., 2015).

Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2018) menunjukkan bahwa pada tahun 2018 terdapat 64.194.057 UMKM yang ada di Indonesia (atau sekitar 99 persen dari total unit usaha) dan mempekerjakan 116.978.631 tenaga kerja (atau sekitar 97 persen dari total tenaga kerja di sektor ekonomi). Oleh karena itu, pada tahun tersebut UMKM berkontribusi menyumbangkan) hingga Rp 8.573,9 triliun ke produk domestik bruto (PDB) Indonesia. PDB Indonesia tahun 2018 sebesar 14.838,3 triliun, maka kontribusi UMKM mencapai 57,8% terhadap PDB (Jayani, 2020). Munculnya pandemi Covid-19, tentu saja merugikan sektor ekonomi dan kesehatan suatu negara. Indonesia yang didominasi oleh keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak secara serius, tidak saja pada aspek total produksi dan nilai perdagangan akan tetapi juga pada jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya karena pandemi ini (Pakpahan, 2020a).

Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM

Pandemi Covid-19 yang terjadi secara global memberikan dampak terhadap berbagai sektor. Pakpahan (2020) menyebutkan ada tiga implikasi bagi Indonesia terkait pandemi COVID-19 ini yakni sektor pariwisata, perdagangan, dan investasi. Berdasarkan data terbaru pertanggal 16 September 2020, sudah terdapat 225.030 kasus covid-19 terkonfirmasi di Indonesia dan 14.591 kasus covid-19 terkonfirmasi di Jawa Barat (covid19.go.id, 2020).

Menurut Hardilawati (2020), pandemi Covid-19 ini menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen. Biasanya meskipun sudah ada penjualan *daring*, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung ke toko atau pusat perbelanjaan. Pelaku UMKM juga harus menyesuaikan diri dan mengkondisikan penjualan produk dan jasanya. Perlu adanya perbaikan kualitas produk dan penyesuaian pelayanan untuk dapat menarik konsumen.

UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi Pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis (OECD, 2020). UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri didalam perkembangan bisnis yang ada karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perkembangan zaman (Hardilawati, 2020). Oleh karena itu, banyak Pelaku Usaha dan UMKM menyesuaikan diri dengan membuka toko daring atau berjualan melalui *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sistem penjualan, pembelian dan memasarkan produk dengan memanfaatkan elektronik (Kotler & Amstrong, 2012). Penelitian Hardilawati et al. (2019) dan Setyorini et al. (2018) menyimpulkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan pendapatan UMKM.

Kegiatan pengabdian ini, selain memberikan pelatihan kepada para pelaku usaha kecil, juga akan mendampingi mereka dalam menghadapi dan mengatasi krisis yang terjadi akibat adanya pandemi covid-19 ini. Tim kami juga melakukan riset kecil mengenai dampak pandemi covid-19 terhadap para pelaku usaha mikro dan kecil yang kami bina.

Hasil Riset Mengenai Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Peserta Pelatihan

Tim pengabdian telah melakukan riset untuk mengetahui dampak COVID-19 terhadap peserta pelatihan serta strategi yang telah dilakukan untuk mengatasinya, dengan mengirimkan angket secara daring menggunakan *google form.* Responden yang telah mengisi angket ada sebanyak 42 orang, yang berasal dari peserta pelatihan dan berdomisili di Bandung.

Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dalam angket dibagi menjadi 3 bagian besar. Bagian pertama berisi pembahasan mengenai kondisi umum dan latar belakang usaha. Pada bagian ini, sebagian besar responden memiliki bidang usaha rumah pemondokan (tempat kos) dan restoran, kemudian diikuti oleh pakaian, sprei & *bedcover* serta perdagangan. Bidang usaha tersebut juga sebagian besar (sebanyak 47,6%) sudah dijalankan secara gabungan *offline* dan *daring*. Akan tetapi masih terdapat 35,7% nya hanya dijalankan secara *offline.* Dari segi jumlah karyawan, sebagian besar responden memiliki sedikit karyawan (kurang dari 10 orang) atau bahkan tidak memiliki karyawan sama sekali dalam menjalankan usahanya.

Bagian kedua berisi tentang dampak pandemi COVID-19 terhadap responden. Hampir seluruh responden mengakui bahwa pandemi COVID-19 berdampak buruk pada usaha yang mereka kelola yaitu penurunan penjualan. Selanjutnya, responden juga diminta untuk memberikan informasi mengenai besarnya penurunan nilai omset atau hasil penjualan. Dari data yang diperoleh, lebih dari sepertiga responden menyatakan penurunan hasil penjualan berkisar antara 51% sampai dengan 75%. Apabila ditelusuri lebih lanjut, maka penyebab menurunnya nilai omset atau penghasilan UMKM yang dikelola responden paling banyak disebabkan oleh penutupan atau pembatasan tempat usaha, diikuti oleh turunnya daya beli pelanggan yang selama ini membeli produk.

Pembahasan mengenai strategi yang telah dilakukan untuk mengatasi dampak dari pandemi COVID-19 berada di bagian ketiga. Dari survey yang telah dilakukan, diketahui bahwa berbagai upaya telah dilakukan oleh responden untuk bertahan dalam situasi yang sulit ini. Sebagian besar responden memilih untuk mencari peluang yang baru maupun menjual produk yang berbeda. Tidak sedikit pula yang melakukan promosi besar-besaran untuk meningkatkan penjualan mereka. Beberapa responden juga memutuskan untuk beralih ke penjualan *daring* dan melakukan berbagai penghematan.

Selanjutnya, survey ini juga mengukur ada tidaknya dampak positif dari upaya yang telah dilakukan. Hasil survey mengenai dampak positif menunjukkan bahwa lebih dari setengah total responden merasakan dampak positif belum ada atau masih sedikit. Sedangkan sebanyak 31% responden sudah merasakan adanya peningkatan omset atau hasil penjualan. Hal lain yang dibahas di bagian ini adalah hubungan antara upaya yang telah dilakukan terhadap besarnya peningkatan omset atau penghasilan. Hampir tiga per empat responden menyatakan kenaikan omset atau penghasilan masih dibawah 25%. Di sisi lain, terdapat pula responden yang sudah merasakan kenaikan omset di atas 25% bahkan ada pula yang kenaikannya di atas 75%.

Berdasarkan umpan balik yang didapat dari para peserta Angkatan ke 4, pelatihan kewirausahaan ini telah mampu untuk meningkatkan pengetahuan para pengusaha pemula untuk mengelola usahanya dengan lebih baik lagi, terlebih di saat pandemi Covid-19 ini. Materi-materi pelatihan yang diberikan sudah jelas, cukup dapat dimengerti, dan bermanfaat untuk para peserta. Selain itu, para peserta juga mempunyai minat yang tinggi untuk kembali mengikuti pelatihan dengan topik yang berbeda, misalnya teknik-teknik pemasaran secara umum maupun secara spesifik sesuai dengan bidang usahanya. Topik pelatihan ini ternyata masih dibutuhkan oleh

peserta untuk memasarkan produknya. Bahkan, peserta bersedia untuk merekomendasikan pelatihan ini kepada rekan maupun keluarganya.

Terkait dengan adanya pandemi Covid-19 ini para peserta pelatihan, yang juga merupakan pelaku usaha, turut merasakan dampaknya. Para peserta pelatihan dengan bidang usaha seperti rumah pemondokan (tempat kos), restoran, katering, hotel, dan lainnya sebagian besar mengalami penurunan omset. Selain itu, dengan adanya pandemi Covid-19 ini, para peserta yang semula hanya menggunakan media pemasaran *offline*, harus memasarkan produknya juga dengan cara daring supaya omset tidak mengalami penurunan yang sangat tajam. Dengan demikian, pengetahuan mengenai teknologi dan teknik pemasaran daring menjadi syarat yang harus dimiliki oleh para pelaku usaha kecil dan menengah.

Tidak berhenti pada media pemasaran, para pelaku usaha ini juga sudah berinisiatif untuk mencari strategi-strategi baru agar dapat mengatasi dampak dari pandemi Covid-19 ini, seperti mencari peluang lain, menjual produk yang berbeda, atau melakukan promosi besar-besaran. Semua upaya ini dilakukan agar usaha yang telah digeluti dapat bertahan di tengah kondisi yang sulit ini. Adapun penerapan strategi-strategi tersebut sudah mampu untuk menaikkan omset penjualan mereka meskipun masih sedikit. Hal ini dapat disebabkan karena strategi-strategi tersebut belum lama diterapkan sehingga hasilnya pun belum dapat terlihat dengan jelas.

Dari segi finansial, apabila dibandingkan dengan pelaku usaha besar, para peserta pelatihan yang sebagian besar merupakan pelaku usaha kecil dan menengah sebenarnya sedikit diuntungkan di masa pandemi ini. Hal ini disebabkan karena mereka tidak terlalu terbebani dengan kewajiban untuk membayar upah/gaji pegawai atau opsi memecat karyawan untuk mengurangi kerugian mengingat jumlah karyawan yang relatif lebih sedikit dibandingkan usaha besar.

Dengan demikian, usaha kecil dan menengah yang dikelola oleh para peserta pelatihan tetap terkena dampak dari Covid-19 ini meskipun dampaknya tidak sebesar yang dialami oleh usaha besar. Akan tetapi, dengan bertambahnya pengetahuan dan relasi yang didapat melalui pelatihan, diharapkan para peserta lebih mampu untuk melakukan perbaikan pada usahanya dan memperluas jaringan sehingga usaha tersebut dapat bertahan di tengah pandemi ini dan bahkan dapat lebih berkembang di kemudian hari.

KESIMPULAN

Terkait dengan adanya pandemi Covid-19 ini para peserta pelatihan, yang juga merupakan pelaku usaha, turut merasakan dampaknya yaitu dengan mengalami penurunan omset. Berbagai upaya telah dilakukan oleh responden untuk bertahan dalam situasi yang sulit ini. Sebagian besar responden memilih untuk mencari peluang yang baru maupun menjual produk yang berbeda. Tidak sedikit pula yang melakukan promosi besar-besaran untuk meningkatkan penjualan mereka. Namun, yang pasti, dalam kondisi ini diperlukan suatu inovasi bisnis dan pengetahuan mengenai strategi penjualan daring. Sangat diperlukan pengetahuan mengenai teknologi dan teknik pemasaran daring bagi para pelaku usaha kecil dan menengah.

DAFTAR REFERENSI

Anton, S. A., Muzakan, I., Muhammad, W. F., Syamsudin, Sidiq, N. P. (2015). An assessment of SME competitiveness in Indonesia. *Journal of Competitiveness,* 7(2), 60-74. https://doi.org/10.7441/joc.2015.02.04

covid19.go.id. (2020). *Peta persebaran Covid-19*. Satgas Penanganan Covid-19. https://covid19.go.id/peta-sebaran

Hardilawati, W. L. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, *10*(1), 89–98. https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934

Hardilawati, W. L., Sandri, S. H., & Binangkit, I. D. (2019). The role of innovation and e-commerce in small business. *Proceedings of the International Conference of CELSciTech 2019 - Social Sciences and Humanities Track (ICCELST-SS 2019)*. https://doi.org/10.2991/iccelst-ss-19.2019.18

Jayani, D. H. (2020). *Berapa sumbangan UMKM terhadap perekonomian Indonesia?* Databoks.Katadata.Co.Id. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/20/berapa-sumbangan-umkm-terhadap-perekonomian-indonesia#:~:text=Usaha Mikro%2C Kecil%2C dan Menengah,57%2C8%25 terhadap PDB.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (2018). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017-2018*. KemenkopUKM Website. http://www.depkop.go.id/uploads/laporan/1580223129_PERKEMBANGAN DATA USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) DAN USAHA BESAR (UB) TAHUN 2017 - 2018.pdf.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Niode, I. Y. (2009). Sektor UMKM di Indonesia : Profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, *2*(1), 1–10. https://repository.ung.ac.id/kategori/show/uncategorized/9446/jurnal-sektor-umkm-di-indonesia-profil-masalah-dan-strategi-pemberdayaan.html

OECD. (2020). *SME Policy Responses*. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses

Pakpahan, A. K. (2020a). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*. https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64

Pakpahan, A. K. (2020b, March 4). Tanggung jawab pemerintah. *Pikiran Rakyat*, 4.

UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, (2008). https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx#:~:text=Kecil%2C dan Menengah-,Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008,Usaha Mikro%2C K

Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita. (2018). Pengaruh transaksi daring (e-Commerce) terhadap peningkatan laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, *3*(5), 501–509. http://www.e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/228

Tambunan, T. (2005). Promoting small and medium enterprises with a clustering approach: A policy experience from Indonesia. *Journal of Small Business Management*, *43*(2), 138–154. https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2005.00130.x

Tambunan, T. (2008). SME development in Indonesia: Do economic growth and government supports matter? SSRN *Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.1218922.

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, . (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *29*(1), 59–66. http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172