

# **PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DI DESA SEKARWANGI KABUPATEN KARAWANG DI MASA PANDEMI COVID 19**

Lia Amaliya (Dosen), Fajar Ilham Saputra, Achmad Arifin, Alifya Ardianti, Anjar, Asep Saepul Bahri, Denny Martua P, Fauzan Muhammad, Khoerunisa Rahmawati, Laila Syahriatul B, Mila Amalia F, Nurmala, Riana Kabak, Rizky Ardiansyah, Syella Puspitasari, Tasya Maudia, Tri Apriyanti, Vivi Vidia, Wiyarsih (Mahasiswa)

**Universitas Buana Perjuangan Karawang**  
[liaamalia@ubpkarawang.ac.id](mailto:liaamalia@ubpkarawang.ac.id)

## **Abstrak**

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang signifikan kepada pelaku usaha UMKM, kondisi tersebut berdampak juga kepada pelaku UMKM di Desa Sekarwangi, Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang. Kurangnya mobilitas massa berpengaruh kepada tingkat penjualan. Untuk mengatasi hal tersebut, pemasaran secara online melalui media digital merupakan langkah tepat yang harus dilakukan oleh para pelaku UMKM, media ini dapat menjangkau sasaran secara luas bahkan secara personal. Kondisi ini menjadi salah satu alasan untuk membantu UMKM dengan melakukan bantuan berupa pendampingan dalam pemanfaatan penggunaan media digital. Beberapa pelaku UMKM di desa Sekarwangi Kabupaten Karawang telah mengenal Media Digital atau Media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, GoJek, dan Grab, tetapi belum bisa memanfaatkan media tersebut sebagai sarana pengembangan usahanya.

**Kata Kunci: Media Digital, UMKM, Covid-19**

## **PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 memberi dampak pada ketidakstabilan ekonomi, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Secara umum, mayoritas dari pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat pandemi Covid-19. Menghadapi hal demikian diperlukan strategi bagi UMKM untuk tetap bertahan dan dapat mengembangkan bisnisnya di tengah pandemi Covid-19. Aspek utama yang sangat berdampak bagi pelaku UMKM salah satunya

adalah penurunan jumlah penjualan yang membuat kondisi keuangan UMKM dalam kondisi krisis. Pembatasan kegiatan sosial membuat UMKM sulit untuk bergerak mengembangkan skala usaha jika hanya memanfaatkan metode konvensional tersebut.<sup>1</sup>

Era digital saat ini akan bisa memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat. Potensi ini terus perlu dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal oleh semua sektor perekonomian, termasuk sektor Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM. Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Dinas Koperasi dan Usaha Kecil mendorong upaya pemanfaatan digital atau internet (online) untuk pemasaran produk Koperasi dan UMKM.<sup>2</sup>

Media digital berbasis online menjadi sasaran pelaku usaha, khususnya UMKM karena media ini dapat menjangkau sasaran secara luas bahkan secara personal. Belum lagi beberapa platform seperti media sosial menjadi media pertama dan unggulan bagi UMKM karena biaya yang terbilang murah dan mudah untuk mengaplikasikannya.<sup>3</sup>

Oleh sebab itu, bagi pelaku usaha, khususnya UMKM perlu mempertimbangkan pemilihan media yang tepat dalam mempromosikan produknya agar pesan dan strategi yang direncanakan berjalan dengan baik dan lancar.

Akibat adanya Covid-19 ini memberikan dampak juga kepada pelaku usaha UMKM di Desa Sekarwangi, Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang. Kurangnya mobilitas massa berpengaruh kepada tingkat penjualan. Mengatasi hal tersebut, pemasaran secara online melalui media digital merupakan langkah tepat

---

<sup>1</sup> Sam'un Jaja Raharja, Sari Usih Natari, *Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital*, Jurnal Kumawula, Vol. 4, No.1, April 2021, Hal 108 – 123 DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>

<sup>2</sup> Digital Marketing Kunci Pemasaran Produk KUMKM - Website Resmi Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat ([jabarprov.go.id](http://jabarprov.go.id))

<sup>3</sup> Rotumiari Pasaribu, *Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran Umkm Di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19*, Jurnal Komunikasi dan Media, Vol. 01 No. 01, November 2020: 33 - 44

yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha UMKM di Desa Sekarwangi Kabupaten Karawang.

Kondisi ini menjadi salah satu alasan untuk membantu pelaku UMKM Desa Sekarwangi Kabupaten Karawang dengan melakukan bantuan berupa pendampingan dalam pemanfaatan penggunaan media digital untuk melakukan promosi secara masif agar dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap awareness target konsumen dengan harapan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM.

Dari uraian di atas, permasalahan yang diangkat dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah bagaimanakah Pemanfaatan Media Digital Sebagai Upaya Pengembangan UMKM di Desa Sekarwangi Kabupaten Karawang di Masa Pandemi Covid 19.

## **METODE**

Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah dengan bentuk metode Pendampingan yang bertemakan Pengenalan “Pemanfaatan Media Digital bagi UMKM”, dengan judul pengabdian “Pemanfaatan Media Digital Sebagai Upaya Pengembangan UMKM di Desa Sekarwangi Kabupaten Karawang di Masa Pandemi Covid 19”.

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sekarwangi, Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang yang terdiri dari beberapa UMKM di desa Sekarwangi diantaranya adalah: Ayam Boiler, Konveksi, Budidaya Ikan Lele, dan Rujak Cireng, dengan melakukan kegiatan Pengenalan Media Digital serta pemanfaatan media digital sebagai sarana untuk memperluas pemasaran produk UMKM serta pembuatan Fryer.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Desa Sekarwangi merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang, walaupun sebagian besar penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai buruh tani karena di desa sekarwangi terdapat 225.000 Ha sawah dari 288.000 Hektar luas desa secara keseluruhan. Namun di desa tersebut

terdapat beberapa UMKM memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang sebagai upaya meningkatkan taraf hidup masyarakatnya diantaranya adalah UMKM Ayam Boiler, Konveksi, Budidaya Ikan Lele, dan Rujak Cireng.

Namun semenjak adanya pandemi Covid 19 membuat perubahan cukup signifikan karena adanya pembatasan mobilitas masyarakat sehingga berpengaruh pada tingkat penjualan.

Media digital berbasis online menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan yang tengah dihadapi para UMKM di desa sekarwangi, manfaat penggunaan media digital atau media sosial dapat mempromosikan produk-produk UMKM, membantu meningkatkan penjualan serta memperluas pasar para mitra UMKM

### **Media Online Yang digunakan Para Pelaku UMKM Desa Sekarwangi**

Media online disebut juga dengan media digital adalah media yang tersaji secara online di internet. Pengertian media online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online.<sup>4</sup> Beberapa Media online yang dapat digunakan dalam pengembangan UMKM yaitu, Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, GoJek, dan Grab.

Berdasarkan hasil survei, dapat diketahui bahwa media online yang digunakan pelaku UMKM di desa Sekarwangi adalah Whatsapp dan Instagram. Whatsapp adalah aplikasi gratis yang menyediakan layanan bertukar pesan dan panggilan yang sederhana, aman, dan reliabel serta tersedia pada berbagai telepon di seluruh dunia,<sup>5</sup> sedangkan Instagram sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Sam'un Jaja Raharja, Sari Usih Natari, Loc Cit. hal. 8

<sup>5</sup> Tentang WhatsApp, [www.whatsapp.com](http://www.whatsapp.com)

<sup>6</sup> Instagram - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas

### **Pemanfaat Media Online dalam Pengembangan UMKM di desa Sekarwangi**

Manfaat yang dihasilkan dari penggunaan media sosial sangat banyak dan beragam. Diantaranya adalah meminimalisasi biaya operasional, memudahkan transaksi, menguntungkan, memudahkan penjualan, hemat tempat sistem serba online dan mempermudah promosi. Selain mudah dan ekonomis dalam promosi, media sosial juga memiliki fitur-fitur desain menarik dalam menggapai target konsumen lebih banyak dibandingkan secara konvensional.

Proses pendampingan yang dilakukan sebagai upaya pengembangan UMKM di Desa Sekarwangi yaitu:

1. Membantu pembuatan kemasan produk dengan menarik.

Dalam hal ini dilakukan terhadap UMKM Rujak Cireng, Pelaku UMKM telah diarahkan menggunakan kemasan mika plastik serta penggunaan logo dalam bentuk stiker, fungsi Penggunaan sebuah logo pada produk atau kemasan produk akan membantu konsumen mengingat produk lebih mudah.

2. Pengenalan beberapa Media Sosial.

Mengenalkan beberapa Media Sosial yang dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan Usahanya, dan beberapa Pelaku UMKM telah mengenal media sosial tapi belum maksimal dalam pemanfaatannya untuk pengembangan UMKM.

3. Pembuatan Flyer

Pengenalan dan pembuatan flyer sebagai alat promosi kepada pelaku UMKM.

Contoh Flyer yang telah dibuat:



## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Adanya pembatasan mobilitas masyarakat akibat Pandemi Covid 19 membuat beberapa UMKM yang ada di desa Sekarwangi yaitu budidaya Ikan Lele, Rujak Cireng, Ayam broiler, dan konveksi, mengalami penurunan penjualan secara signifikan. Pemasaran secara online melalui media digital merupakan langkah tepat yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha UMKM di Desa Sekarwangi Kabupaten Karawang. Media Digital atau Media sosial yang dapat dimanfaatkan Pelaku UMKM sebagai upaya pengembangan usahanya yaitu seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, GoJek, dan Grab, tetapi pelaku UMKN di desa Sekarwangi belum bisa memanfaatkan media digital tersebut sebagai sarana pengembangan usahanya.

### Saran

Melakukan sosialisasi dan pelatihan terkait materi teknologi seperti pengenalan internet, pengenalan sosial media (sosmed), dan pengenalan aplikasi jual beli dalam website yang nantinya akan di pasarkan oleh pelaku UMKM.

**DAFTAR PUSTAKA**

Digital Marketing Kunci Pemasaran Produk KUMKM - Website Resmi Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat (jabarprov.go.id)

Rotumiar Pasaribu, Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran Umkm Di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19, Jurnal Komunikasi dan Media, Vol. 01 No. 01, November 2020: 33 - 44

Sam'un Jaja Raharja, Sari Usih Natari, *Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital*, Jurnal Kumawula, Vol. 4, No.1, April 2021, DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>

[www.whatsapp.com](http://www.whatsapp.com)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)