

# Strategi Mencari Peluang Usaha Dengan Di Masa Pandemi Dengan Pemanfaatan Platform Digital Marketing

Franka Hendra, Tahta Anadea dan Supriyono

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Teknik Program Studi Teknik industry, Universitas Pamulang

e-mail : <sup>1</sup>[dosen01508@unpam.ac.id](mailto:dosen01508@unpam.ac.id), <sup>2</sup>[dosen02558@unpam.ac.id](mailto:dosen02558@unpam.ac.id) <sup>3</sup>[dosen01509@unpam.ac.id](mailto:dosen01509@unpam.ac.id)

## ABSTRAK

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini merupakan kegiatan kampanye sosial untuk turutserta membantu pemerintah dan masyarakat dalam menanggulangi pengangguran yang diakibatkan oleh Pandemi Covid-19 di masyarakat yang terkena pemutusan hubungan kerja. Kondisi pemutusan hubungan kerja akan menambah penderitaan bagi masyarakat, selainmencegah penyebaran Covid-19 mereka tidak memiliki pekerjaan lain. Sehubungan dengan itu, kami ingin membantu untuk membuka peluang usaha di tengah pandemi Covid-19. Pengabdianini membuat Video Edukasi membuka peluang usaha khususnya di masa pandemic. Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Strategi Mencari Peluang Usaha di Masa Pandemi Dengan Memanfaatkan Platform Digital Marketing ini ditujukan kepada masyarakat khususnya yang terkena PHK maupun anggota masyarakat lainnya di Desa Binaan yang bernama Desa Pasir Ampo Kabupaten Tangerang. Kegiatan ini disampaikan dengan metode penyuluhan dan pelatihan . Dosen Program Studi Teknik Industgri berserta mahasiswa secara nyata turut serta dalam mengurangi pengangguran dan meng-edukasi tentang peluang usaha. Penyuluhan dan pelatihan ini diharapkan terjadi multiplayer efek di tengah masyarakat. Kontribusi Program Studi Teknik Industri dalam pengabdian kepada masyarakat khususnya peningkatan kompetensi masyarakat dapat terwujud. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung 1 hari, dan akan dilakukan secara berkesinambungan sehingga efeknya apositifnya semakin tinggi. Untuk itu, sumber daya yang dibutuhkan dipersiapkan secara seksama,

Kata kunci: Strategi, Edukasi Sosial, Kiat usaha,

## 1. PENDAHULUAN

Hadirnya pandemi COVID-19 telah membawa perubahan terhadap dunia dengan berbagai tantangan yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya. Di Indonesia, COVID-19 telah menjangkiti lebih dari 1,3 juta orang sejak kasus pertama diumumkan pada bulan Maret 2020, setidaknya 35.000 orang telah meninggal dunia. Namun, upaya untuk menghambat penyebaran virus COVID-19 telah menghambat kegiatan perekonomian dan dampaknya terhadap tingkat kesejahteraan sosial semakin dirasakan masyarakat. Setelah menunjukkan pencapaian penurunan kemiskinan beberapa tahun belakangan ini, tingkat kemiskinan kembali meningkat setelah pandemi COVID-19 . Satu dari 10 orang di Indonesia hari ini hidup di bawah garis kemiskinan nasional. Tingkat kemiskinan anak juga dapat meningkat secara signifikan. Dampak negatif terhadap keadaan sosial-ekonomi dari pandemi bisa menjadi jauh lebih buruk tanpa adanya bantuan sosial dari pemerintah.

Dalam menghadapi krisis ekonomi ini, Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan sejumlah paket stimulus fiskal skala besar melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Dalam aspek jumlah anggaran pemerintah yang diperuntukkan untuk mengurangi dampak negatif dari pandemi COVID-19, Indonesia berada pada peringkat lima besar dari negara-negara di wilayah Asia Pasifik (ADB, 2021). Pada tahun 2020, Pemerintah Indonesia mengalokasikan sekitar Rp 695,2 triliun (sekitar US\$ 49 miliar) untuk PEN. Oleh karena krisis masih berlangsung, pada bulan Februari 2021 Pemerintah Indonesia kembali

mengumumkan alokasi anggaran senilai Rp 699,43 triliun (sekitar US\$ 49,3 miliar) untuk melanjutkan keberlangsungan program PEN (Kemenkeu, 2021). Indonesia terus melakukan sejumlah upaya perbaikan dalam memperkuat berbagai program perlindungan sosialnya untuk menangani krisis setelah pandemi COVID-19. Program-program perlindungan sosial ini telah diperluas untuk melindungi masyarakat miskin terhadap guncangan ekonomi, dan juga masyarakat berpenghasilan menengah kebawah yang jumlahnya terus meningkat namun menjadi rentan terhadap risiko jatuh miskin di kemudian hari. Selain itu, usaha-usaha kecil juga menerima bantuan pemerintah seiring dengan upaya mereka untuk terus bertahan di tengah penurunan perekonomian dan pembatasan kegiatan masyarakat setelah pandemi COVID-19.

Untuk mengukur dampak dari COVID-19 terhadap rumah tangga Indonesia dan untuk memberikan informasi sebagai dasar pembuatan kebijakan pemerintah, UNICEF, UNDP, Prospera, dan The SMERU Research Institute berkolaborasi dalam sebuah survei berskala nasional di akhir tahun 2020. Survei ini meliputi 12.216 sampel rumah tangga representatif tingkat nasional yang tersebar di 34 provinsi yang dilakukan dalam kurun waktu antara Oktober dan November 2020. Ini merupakan survei terbesar terkait dampak pandemi COVID-19 dan berfokus pada anak serta kelompok rentan. Survei ini dilakukan melalui wawancara tatap muka dengan rumah tangga yang sebelumnya juga telah diwawancarai oleh Badan Pusat Statistik sebagai sampel dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) di tahun 2019. Pelaksanaannya melibatkan kerjasama erat dengan Pemerintah Indonesia. Dampak dari pandemi COVID-19 akan terus dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat selama tahun 2021. Meskipun demikian, ketanggapannya perlu diteruskan untuk meningkatkan kesejahteraan anak dan keluarga. Mitra pembangunan di Indonesia siap membantu dalam upaya ini

Dikutip dari Satgas Penanganan Covid-19 pada 17 Januari 2021, di Indonesiapenumbuhan kasus positif terus bertambah hingga 11,287 jiwa. Diiringi bertambahnya 2,86% jumlah angka kematian yang disebabkan oleh penyakit Covid-10 mencapai 11,287 jiwa, disisi lain jumlah pasien Covid-19 yang sembuh juga terus meningkat hingga 81,11%, kini yang tercatat jumlah pasien yang sembuh telah mencapai 736.460 orang Munculnya pandemi yang melanda hampir di seluruh dunia mengakibatkan sendi-sendi kehidupan seperti pendidikan dan perekonomian mengalami kelumpuhan yang berakibat sekolah-sekolah ditutup serta perusahaan-perusahaan banyak yang mengurangi aktivitas produksi dan bahkan tidak sedikit yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK). Hingga tahun 2021 jumlah pengangguran di Indonesia telah meningkat antara 10,7 sampai 12,7 juta orang. Kehadiran wabah ini membawa kekhawatiran bagi setiap orang, karena meningkatnya angka penularan virus corona ini sangat cepat. Maka itu, pemerintah mengambil kebijakan agar seluruh masyarakat Indonesiamenerapkan untuk menjaga jarak sosial atau yang sering kita kenal *Social*

Dampak pandemic Covid-19 bagi selain mengancam kesehatan juga mengancam perekonomian rakyat. Menurut data Kemenrian Keuangan RI per bulan November 2020 Covid 19 telah menyebabkan peningkatan jumlah pengangguran sebanyak 9,77 juta orang. Pandemi ini membentuk pola hidup yang baru, semua aktivitas dilakukan di rumah seperti Work From Home (WFH), anak sekolah harus belajar online. Walaupun aktivitas kita harus di rumah saja, hal tersebut jangan sampai membatasi kita untuk berbisnis. Kita harus tetap mencari peluang usaha, agar perekonomian tetap stabil.

Terbatasnya ruang gerak dilakukan demi mengurangi penyebaran virus Covid-19 yang mengakibatkan banyak pebisnis yang mengatur ulang strategi bisnisnya demi bisa bertahan. Mulai dari melakukan penerapan kerja jarak jauh, mengubah pola bisnis, hingga menangkap peluang bisnis online Perkembangan teknologi yang semakin canggih dalam 5 tahun terakhir menumbuhkan geliat bisnis online. Apalagi pandemi Coronavirus memaksa banyak orang untuk menghindari kontak fisik secara langsung dengan menerapkan social dan physical distancing. Bisnis online yang dilakukan tanpa melalui tatap muka secara langsung dianggap sebagai salah satu cara yang tepat untuk bertahan di tengah pandemic. Saat ini siapa saja bisa menjadi pengusaha dengan cara memanfaatkan teknologi tersebut. Pandemi Covid -19 mau tidak mau menuntut masyarakat Indonesia untuk lebih kreatif dan juga inovatif agar mendapatkan pendapatan guna bisa bertahan hidup dengan cara mencari peluang-peluang bisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini akan memberikan gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat yang mengalami permasalahan perekonomian karena pandemic Covid-19 ini di Desa Pasir Ampo Kabupaten Tangerang. Oleh karena itu kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan mengangkat dengan Judul /tema *Strategi Mencari Peluang Bisnis Ditengah Pandemi Covid-19*”

## 2. METODE PENGABDIAN

Adapun metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) di Desa Pasir Ampo Kabupaten tangerang ini adalah sebagai berikut :

### a. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan program pelatihan *soft skill* ini terdiri 3 (tiga) urutan tahapan kegiatan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

### b. Tahap Persiapan Pelatihan

Sebelum masuk tahap pelaksanaan pelatihan terlebih dahulu beberapa persiapan yang harus dilakukan antara lain :

- Pada tahap awal sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan di lapangan, Anggota Tim melakukan *survey* lokasi.
- Hasil *survey* anggota tim mengadakan rapat dalam rangka persiapan pembuatan proposal kegiatan yang akan dilaksanakan.
- Ketua Tim mengajukan proposal rencana kegiatan Kepada Kepala Bagian Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang untuk di review.
- Hasil review dari tim reviewer proposal Pengabdian Kepada Masyarakat, kemudian dilanjutkan dengan pengajuan pelaksanaan kegiatannya.
- Mempersiapkan tempat dan peralatan yang dibutuhkan seperti :

### c. Penentuan jadwal kegiatan

Tahapan kegiatan program PKM dapat dilihat berdasarkan table berikut :

<b>Tahapan Persiapan</b>	
Pra-Survei	Identifikasi permasalahan&kebutuhan mitra (permasalahan spesifik yang dialami mitra)
Pembentukan Tim PKM	Pembentukan Tim disesuaikan dengan jenis kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan mitra
Pembuatan Proposal	Pembuatan proposal untuk menawarkan solusi permasalahan & penyediaan dana dalam pelaksanaan solusi bagi Mitra
Koordinasi Tim&Mitra	Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual operasional dan <i>job description</i> dari Tim & Mitra,
Persiapan Alat&Bahan Pelatihan	Pembelian dan penyewaan alat serta pembuatan materi kegiatan
<b>Tahapan Pelaksanaan</b>	
Penyuluhan seputar UMKM	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi dalam rangka pemberdayaan sumber daya manusia pelaku UMKM agar dapat menentukan usaha sesuai dengan kemampuan dan kompetensi.
Palatihan 1	Pemberian Materi mengenai Analisis SWOT untuk menentukan strategi usaha dan melakukan pembahasan studi kasus

Pelatihan 2	Pemberian Materi mengenai penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan studi kasus
<b>Tahapan Evaluasi</b>	
Evaluasi Kegiatan	Evaluasi dilakukan dengan tetap melakukan pemantauan dan berdiskusi melalui grup Whatsapp mengenai penerapan materi yang telah dipelajari pada saat pelatihan
<b>Tahap Pelaporan</b>	
Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan program untuk kemudian dilakukan publikasi	

- d. Pembuatan pamflet kegiatan
- e. Penginputan kegiatan KSBB di Web Corona.co.id
- f. Pembuatan dan penyebaran undangan peserta
- g. Penyiapan lokasi acara
  - i. Tahap Pelaksanaan Kegiatan  
Pada tahap ini, pelaksanaan kegiatan pelatihan dibagi dalam 2 (dua) sesi kegiatan yaitu :
    1. Peserta terlebih dahulu diberikan materi pelatihan berupa Soft Copy materi Membangun Jiwa Wirausaha Di Masa Pandemi Covid 19 dan Pemanfaatan Platform Media Sosial Untuk UMKM;
    2. Melakukan pelatihan soft skills dalam bentuk ceramah dalam kelas sertadilanjutkan dengan metode tanya jawab
- h. Tahap Evaluasi Kegiatan

#### A. Metode Pendekatan

Ada beberapa metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program, meliputi

##### a. Sosialisasi

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi kepada mitra di Desa Pasir Ampo Kabupaten Tangerang. Sosialisasi tersebut berupa pemamparan materi kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi mitra. Materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman untuk selanjutnya dapat diterapkan oleh mitra dalam kegiatan usaha.

##### b. Diskusi

Setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan pembahsan studi kasus dan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar *transfer knowledge* saja melainkan dapat *sharing* pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi mitra.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini merupakan pelatihan yang dilaksanakan berupa penyuluhan dan pelatihan yang bertemakan Strategi Mencari Peluang Usaha Dengan Memanfaatkan Platform Marketing. Pada Era Digital Marketing. Kegiatan ini bertujuan agar para pengusaha muda ataupun masyarakat yang sedang merintis usaha online dapat lebih mengoptimalkan kegiatan usaha yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang diharapkan mampu meningkatkan omset serta margin keuntungan, dan sasaran pasar yang semakin luas. Kegiatan ini dilakukan secara online karena masih dalam masa pandemic Covid-19, dimana kegiatan ini

menghimpun para pengusaha dengan menggunakan platform-platform marketing yang bisa didapat secara gratis sebagai media untuk melakukan kegiatan usaha. Dari platform tersebut bisa melihat kebutuhan-kebutuhan apa yang sedang trend di masyarakat yang bisa dijadikan peluang usaha dengan modal yang rendah. Pada kegiatan ini masyarakat Desa Pasir Ampo kan dikenalkan dengan beberapa platform-platform marketing yang bisa didapat secara gratis.

#### **a. Mengenali Hingga Memilih Peluang Usahayang Tepat**

Banyak pengusaha yang mengawaliusahanya dalam situasi yang; serba sulit,menghadapi kondisi yang tidak pasti atau bahkan sering menemukan jalai buntu, dan akhirnyafrustrasi atau hanya menunggu saja dan tidak melakukan apa pun Meskipun memiliki uang yang cukup banyak sebagai modal awal usaha atau modal kerja belum tentu bisa memberikan jaminanakan suksesnya suatu usaha. Terlebih jika moda yang dimiliki pas-pasan, bahkan mungkin tidak punya modal sama sekali. Hal ini tenti akan membuat kondisi semakin sulit.

Dalam kondisi seperti itu, apa yang harus kita lakukan? Berusaha mewujudkan impian menjadi orang sukses tanpa persiapan yangmatang, hasilnya menjadi tidal jelas.

Kerugian besar yang dapat menghabiskan modal yang dimiliki, sebenarnya dapal dihindariatau paling tidak dapat ditekan sekecil mungkinjika kita bisa memilih usaha yang benar-benar tepat, sesuai dengan kondisi dan kemampuan kita,yaitu usaha yang kita sukai atau kita mempunyai kompetensi dalam bidang usaha tersebut.

Untuk memilih usaha yang sesuai dengan kondisi kita sebenarnya juga tidak terlalu sulit. Kita dapat memilih usaha yang sesuai dengan kondisi di sekitar lingkungan kits sendiri. Seperti di lingkungan keluarga, di lingkungan kantor, atau di lingkungan kompekf perumahan, di kampus, atau di mana pun kita berad\*.

Kita tidak perlu harus membuat usaha yang terlalu muluk-muluk. Cukup sederhana saja, tetapi prospeknya bagus. Caranya adalah dengan mengevaluasi lingkungan yang ada di sekelilingkita. Salah satu alat untuk mengukur semua hal yang mungkin dan tidak mungkin dilakukan oleh usahawan sebagai penilaian awal dan pemberian informasi penting, yaitu menggunakan analisis terhadap kelemahan, kekuatan, peluang, dann ancaman (strength^ weaknesses, opportunities, and threats) atau yang lebih dikenal dengan sebutan analisis| SWOTj Berikut adalah cara sederhana yang dapat dilakukan dalam menerapkan analisis SWOT.

Di bawah ini adalah daftar sumber ide yang dapat memberikan gagasan awal atau pemikiran awal untuk menentukan usaha apa yang hendak dijalankan:

- Lihat barang-barang di sekeliling dan yangsedang kita gunakan
- Rasakan apa yang dibutuhkan dan diinginkanoleh diri
- Browsing Internet yang menyediakaninformasi bisnis
- Baca buku yang berkaitan dengankewirausahaan
- Baca koran, majalah, atau tabloid yangberisikan peluang usaha
- Baca bukukuningtelepon (yellow pages)
- Baca perpustakaan umum, perpustakaansekolah atau kampus
- Kunjungi teman, kenalan, atau sahabat
- Ikuti kursus kewirausahaan
- Temani pengacara atau konsultan ketikabertemu kliennya
- Dapatkan informasi dan buku-buku darikedutaan besar
- Kunjungi pusat-pusat inkubator bisnis
- Kunjungi pusat-pusat perbelanjaan danrestoran waralaba
- Kunjungi penemuan baru, pameran dagang,dan pameran-pameran lainnya
- Kunjungi perusahaan pesaing
- Kenali konsumen atau pelanggan potensial

- Kenali agen, distributor, atau pedagang besar
- Lakukan hobi dan wisata
- Kenali broker paten dan jasa informasi produk lisensi
- Kunjungi lembaga penelitian dan universitas
- Ikuti seminar, forum diskusi, lokakarya, atau simposium
- Kunjungi asosiasi dagang dan bisnis
- Masuk sebagai anggota partai tertentu
- Ikuti pertemuan alumni
- Ikuti kebijakan dan keadaan ekonomi negara
- Dan masih banyak lagi

Agar ide-ide potensial menjadi peluang bisnis yang riil, maka wirausahawan harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terurus-menerus. Proses penjarangan gagasan atau ide disebut sebagai proses screening, yang merupakan suatu cara terbaik untuk menuangkan ide potensial menjadi barang dan jasa riil.

Banyak cara untuk melihat peluang yang terjadi di sekitar kita. Selama masih ada kebutuhan dan keinginan, selama itu pula masih terdapat peluang yang dapat kita manfaatkan, misal:

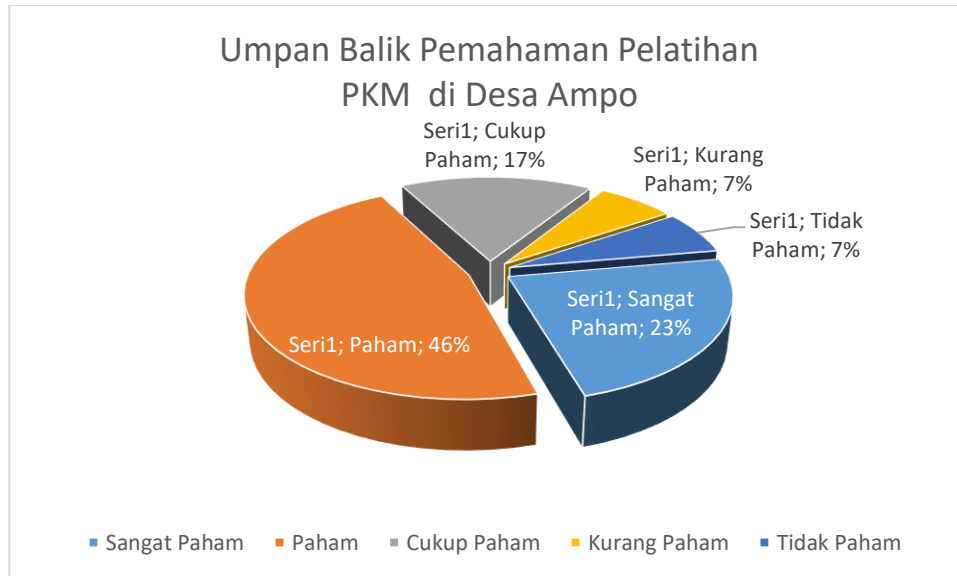
#### **b. Mengenali kebutuhan pasar**

Usaha berkembang karena ada permintaan, dan banyak bisnis kecil muncul karena ada kebutuhan pasar yang belum terpenuhi. Seperti membidik pasar kaum muda atau ABG, misalnya kosmetik, telepon genggam dengan fitur-fitur yang menarik dan pulsa yang murah, factory outlet, atau membidik pasar di mana konsumen yang sibuk dan sangat menghemat waktu jika hanya sekedar berbelanja dengan membuat situs perdagangan secara online atau layanan antar barang.

## **4. KESIMPULAN**

Dari hasil kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Tim PkM di Desa Pasir Ampo Kecamatan Kresek Kabupaten Tanerang ini, disimpulkan bahwa pertama, pelaksanaan penyuluhan untuk memberikan pemahaman mencari peluang usaha telah memenuhi luaran yang ditargetkan, yaitu berdasarkan kemampuan masyarakat untuk mengidentifikasi peluang usaha cukup tinggi, dibuktikan munculnya ide-ide dari masyarakat dan Karang Taruna mengenai usaha potensial. Kedua, pelatihan mengenai penggunaan aplikasi-aplikasi e-commerce telah mencapai target luaran. Peserta sudah bisa memilih aplikasi-aplikasi platform marketing digital yang sesuai dengan usaha yang direncanakan dengan mudah.

Umpan balik yang dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman dari penyuluhan yang dilakukan menunjukkan bahwa dari 30 orang peserta, 23% (7 peserta) peserta mengatakan paham terhadap materi yang telah disampaikan, 46% (14 peserta) "Paham", 13% (5 peserta) "Cukup Paham", 7% (2 peserta) "Kurang Paham" dan 7% (2 peserta) Tidak Paham". Namun kesimpulannya materi yang disampaikan dalam pelatihan ini bisa di aplikasikan oleh peserta walaupun ada 7% yang tidak bisa dikarenakan kurang pengetahuan mengenai pengoperasian perangkat teknologi yang digunakan. Hasil dari umpan balik mengenai pemahaman tersebut dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1 : Umpan Balik Tingkat Pemahaman Peserta

#### DAFTAR PUSTAKA

- Rohmah, S. N. (2020). Adakah Peluang Bisnis di Tengah KelesuanPerekonomian. ISSN: 2338 4638, VOLUME 4 NOMOR 1.
- Sunardi, N. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan penjualan di tengah pandemi Covid 19. ISSN (online) : 2686- 5858, Vol 2 No 1 Oktober 20.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional. ISSN 24356.
- Gu, J., Han, B., & Wang, J. (2020). Covid19: Gastrointestinal Manifestations and Potential Fecal–Oral Transmission. *Journal Gastroenterology*, 158(6), 1518- 1519.
- Suyanto M. Strategi Periklanan pada Perusahaan e-commerce Top Dunia. Andi Offset. Yogyakarta. Indonesia. 2003. Tersedia pada URL: [https://books.google.co.id/books?id=0aRVPbZ0SasC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=0aRVPbZ0SasC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false). Akses 20 Januari 2021\
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kecana.
- Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional. ISSN 24356.