

PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA DALUNG DI TENGAH PANDEMI COVID-19

Luh Putu Elisa Wulandari¹, Ni Nyoman Ayu Suryandari², I Made Sukerta³

^{1,2,3} Universitas Mahasaraswati Denpasar
Email: luhputuelisa@gmail.com

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises play an important role in one of the driving wheels of the Indonesian national economy. However, the Covid-19 pandemic has greatly affected the existence of Micro, Small and Medium Enterprises. The impact of this pandemic is felt by Mr. Putu Asrawan and Mr. Komang Sudiasa who are engaged in the textile sector in Dalung Village. These enterprise can be categorized as having the potential to be developed but have problems including those related to a business identity, financial management with simple bookkeeping and marketing strategies. Based on these problems, solutions can be given, namely providing attractive business name and logo ideas, providing training in simple bookkeeping with the BukuWarung application and providing counseling on the use of Instagram social media as a marketing medium. The result of this activity is that partners can understand various things related to the development of their small business and carry out the solutions provide in a sustainable manner so that they can revive business spirit in the midst of pandemic.

Keywords: *micro, small and medium enterprises, textile, dalung village, business logo, instagram*

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah menjadi peranan penting salah satu roda penggerak ekonomi nasional Indonesia. Akan tetapi adanya pandemi Covid-19 ini sangat mempengaruhi keberadaan UMKM. Dampak pandemi ini dirasakan oleh UMKM Bapak Putu Asrawan dan Bapak Komang Sudiasa yang bergerak di bidang textile berada di Desa Dalung. UMKM ini dapat dikategorikan berpotensi untuk dikembangkan namun memiliki permasalahan diantaranya terkait dengan sebuah identitas usaha, manajemen keuangan dengan pembukuan yang sederhana dan strategi pemasaran. Berdasarkan permasalahan tersebut dapat diberikan solusi yaitu pemberian ide nama dan logo usaha yang menarik, memberikan pelatihan dalam pembukuan sederhana dengan aplikasi BukuWarung dan memberikan penyuluhan terhadap penggunaan media sosial Instagram sebagai media pemasaran. Hasil dari kegiatan ini adalah mitra dapat memahami berbagai hal terkait dengan pengembangan usaha kecilnya dan menjalankan solusi yang diberikan secara berkelanjutan sehingga dapat kembali membangkitkan semangat usaha di tengah pandemi.

Kata kunci: *usaha mikro kecil menengah, tekstil, desa dalung, logo usaha, instagram*

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berperan sangat penting dalam usaha pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, baik di negara – negara yang sedang berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Di Indonesia peranan UMKM meliputi berbagai bidang baik sebagai motor penggerak pembangunan dan pertumbuhan sektor ekonomi, UMKM juga dapat menyelesaikan permasalahan yang terjadi yakni pengangguran

karena dengan adanya UMKM dapat menyediakan lapangan kerja yang luas. UMKM juga menjadi salah usaha yang dapat menarik jutaan pekerja bahkan dalam kondisi kritis moneter dahulu. Usaha yang mikro yang terus berkembang tentu akan menyerap banyak tenaga kerja (Lesmana, 2021).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang memiliki peran yang cukup tinggi terutama di Indonesia. Dengan banyaknya jumlah UMKM maka akan semakin banyak penciptaan kesempatan kerja bagi para

pengangguran. Selain itu UMKM dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan dan rumah tangga yang berpendapatan rendah (Kriswibowo & Utomo, 2020). Namun pandemi Virus Corona saat ini bukan hanya sekedar bencana kesehatan, virus yang dikenal sebagai Covid-19 ini telah menimbulkan kekacauan di sektor ekonomi. Tidak hanya industri besar, pandemi virus Corona telah membuat pelaku UMKM di Indonesia mulai gelisah. Sebuah studi menyebutkan jika Pandemi Covid-19 membuat Indonesia mengalami penurunan persentase pertumbuhan ekonomi sebesar 0.1% di tahun 2020 (Wurara, dkk., 2021).

Seiring berjalan waktu, tingkat kenaikan covid-19 di Indonesia kian meningkat yang membuat Pemerintah melakukan langkah untuk mengurangi dampak pandemi covid-19 dengan pembatasan sosial masyarakat untuk menghindari kerumunan (Nalini, 2021). Tentu ini berdampak terhadap para UMKM yang dimana membuat mereka harus mengurangi kegiatan produksi. Dampak yang sama dirasakan oleh UMKM Bapak I Putu Asrawan dan UMKM Bapak Komang Sudiasa yang bergerak di bidang textile. Kedua UMKM ini berada di Desa Dalung, Kabupaten Badung, Provinsi Bali yang dimana Desa Dalung ini merupakan Desa yang padat penduduk sehingga ramai pemukiman warga yang berdiri disana. Tak sedikit pula usaha usaha mikro, kecil, dan menengah yang tumbuh di sekitar Desa Dalung selama pandemi covid-19 ini untuk tetap bisa menyambung hidup.

Dengan diberlakukannya aturan mengenai Pembatasan Sosial oleh Pemerintah sehingga juga berdampak kepada segala upacara yadya dan kegiatan keagamaan yang kental di lakukan di Bali dibatasi membuat UMKM Bapak I Putu Asrawan juga merasakan dampaknya. UMKM Bapak I Putu Asrawan dimulai sejak lama saat pemilik UMKM memutuskan dari pegawai swasta menjadi seorang wirausaha seperti saat ini. Sebelum pandemi UMKM Bapak I Putu Asrawan memproduksi berbagai busana adat bali seperti kamen, udeng, saput, selendang dan

keperluan yadnya yang banyak dipesan yakni kain peles untuk upacara pengabenan dan busana adat bali seperti kamen yang rutin didistribusikan ke Pasar Induk yang sudah menjadi pelanggan tetap namun setelah ada pandemi berbagai kegiatan keagamaan dibatasi sehingga membuat permintaan pasar menurun dan daya beli masyarakat dalam membeli busana adat bali menurun.

Sama halnya dengan UMKM Bapak Komang Sudiasa yang memproduksi berbagai macam jenis dan model pakaian seperti baju, celana, dress, t-shirt yang biasa didistribusikan hingga ke Negara Australia. UMKM Bapak Komang Sudiasa sudah ada sejak lama karena ini merupakan mata pencaharian pertama Bapak Komang Sudiasa sampai saat ini, namun saat pandemi pesanan yang masuk mulai sedikit berkurang dan distribusi ke luar negeri juga dibatasi sehingga membuat UMKM Bapak Komang Sudiasa menjual produknya ke sebagian tetangga disekitar rumah. Walau demikian setidaknya UMKM Bapak Komang Sudiasa tetap melakukan produksi setiap harinya sedikit demi sedikit. Kedua UMKM ini mengalami dampak yang sama dalam aspek keuangan yang sama-sama mengalami penurunan pendapatan akibat dari pemesanan produk yang berkurang. Dari permasalahan yang terjadi dalam UMKM ini telah memperlihatkan bahwa pandemi menyebabkan perekonomian masyarakat melemah dan menurun secara drastic sehingga diperlukannya strategi baru untuk dapat mempertahankan keberlangsungan dari usaha textile ini ditengah pandemi.

UMKM Bapak I Putu Asrawan dan UMKM Bapak Komang Sudiasa yang berada di Desa Dalung, Kabupaten Badung, Bali, bergerak di bidang textile merupakan lokasi sasaran dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dimana pendapatan dari penjualan produk berkurang akibat dampak dari pandemi. Masalah yang dihadapi kemudian, kedua UMKM ini belum melakukan pembukuan secara sederhana untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran sehingga

sulit untuk mengetahui perkembangan bisnis yang dijalankan.

Selain itu, kedua UMKM ini lingkup pemasaran produknya masih sebatas terhadap pelanggan tetap saja, yang belum menjangkau lebih luas lagi karena pemasaran hanya lewat dari mulut ke mulut. Kedua UMKM ini juga belum memiliki identitas tersendiri dimana untuk dikenal masyarakat luas diperlukannya identitas dalam hasil produknya sehingga bias menjadi produk yang informatif dan pelanggan yang melihat pun dapat dengan mudah menghubungi. Disinilah diperlukan sebuah gerakan inovasi untuk mengembangkan kedua UMKM ini seiring kemajuan jaman dan globalisasi agar tidak kalah saing dari UMKM lain sehingga dapat bertahan di tengah pandemi sekalipun.

Berdasarkan hasil observasi dan kondisi permasalahan di lingkungan Desa Dalung bagi UMKM Textile ini dapat diberikan solusi dalam bentuk program kerja yakni membantu memberikan ide untuk pemberian nama dari UMKM dan pendesainan logo yang menarik sesuai dengan bidang textile serta memberikan penyuluhan pengemasan produk UMKM yang mencantumkan merk dan nomor handphone yang bisa dijadikan sebagai identitas usaha, kemudian memberikan pelatihan dalam proses pembukuan kas dan persediaan dengan aplikasi BukuWarung guna mengetahui bagaimana perkembangan keuangan dari kedua usaha, serta memberikan penyuluhan terhadap penggunaan akun media sosial Instagram sebagai media pemasaran secara online dari produk UMKM dalam rangka memanfaatkan kemajuan teknologi di tengah pandemi.

METODE

Dalam pelaksanaan pengabdian terhadap masyarakat sasaran akan terbagi menjadi beberapa tahapan program kerja mulai dari persiapan hingga proses evaluasi akhir yang bersifat rintisan dan dampingan dari berlangsungnya program kerja ini yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Tahapan Perencanaan dimana melakukan observasi secara daring melalui *Whatsapp* dan menanyakan permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat sasaran secara keseluruhan untuk dijadikan bahan referensi dalam menyiapkan solusi dalam memecahkan masalah. Metode yang digunakan adalah melalui wawancara dan kegiatan jajak pendapat melalui media *google form* untuk mengetahui prioritas permasalahan yang dihadapi mitra pada masa pandemi covid-19 saat ini.
2. Tahapan Persiapan dimana melakukan koordinasi terkait dengan program kerja secara daring melalui *Whatsapp* dengan jelas untuk menghindari ketidakpahaman saat terjun langsung ke lokasi sasaran pengabdian masyarakat. Disini sasarannya adalah UMKM Bapak I Putu Asrawan dan UMKM Bapak Komang Sudiasa yang bertempat di Desa Dalung. Metode yang digunakan adalah sosialisasi terkait tujuan dan manfaat program kerja yang akan dilaksanakan.
3. Tahap Pelaksanaan adalah tahapan inti dari kegiatan pengabdian masyarakat dimana terlebih dahulu tim pelaksana pengabdian masyarakat memberikan *pre-test* dengan metode kuisioner dan aplikasi kepada mitra untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mitra terhadap program kerja yang akan dilakukan. Adapun metode yang digunakan dalam tahap pelaksanaan ini yakni:
 - Metode penyuluhan merupakan metode yang digunakan untuk memberikan penyuluhan dan informasi kepada masyarakat sasaran seperti penyuluhan mengenai pentingnya pengadaan merk dan logo sebagai sebuah identitas usaha dan pentingnya pemanfaatan teknologi di masa pandemi ini guna memberikan keefektifan dalam proses berlangsungnya baik dalam menunjang pencatatan keuangan serta pemasaran produk secara online. Setelah penyampaian materi melalui ceramah dilakukan tanya-jawab tentang hal-hal yang berhubungan

dengan materi yang disampaikan maupun pengalaman usaha mitra. Kegiatan penyuluhan tersebut sangat partisipatif dan kondusif melihat respon yang antusias dari mitra yang memberikan pertanyaan atau berbagi pengalaman di antara mereka, dan memberi solusi atas persoalan yang dihadapi. Kuesioner digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan program.

- Metode pendampingan digunakan untuk memberikan pelatihan dalam bentuk aktivitas secara tatap muka dengan terjun langsung ke masyarakat sasaran dengan tetap mematuhi protokol kesehatan dalam pelaksanaannya. Pelatihan penggunaan aplikasi BukuWarung dan penggunaan Instagram sebagai media promosi produk usaha secara online dilaksanakan menggunakan metode pelatihan dimana saat pelaksanaan program, tim pengabdian mempraktikkan secara langsung cara menggunakan aplikasi BukuWarung dan Instagram yang diunduh langsung pada *smartphone* mitra serta mempraktikkan kegunaan fungsi berbagai fitur di dalam aplikasi yang nantinya diharapkan mitra dapat melakukan pemanfaatan teknologi guna menunjang keberlangsungan usaha mitra dan akan membagikan pelatihan juga terhadap masyarakat lain.
- Metode praktik biasanya yang berhubungan langsung dengan tindakan di tempat, seperti pemberian logo usaha yang sudah dicetak serta program pengemasan produk usaha yang didalamnya sudah berisi logo usaha serta program mengenai pengambilan gambar serta konsep postingan foto yang menarik di akun media sosial usaha mitra.

Dalam menyelesaikan persoalan yang dialami oleh masyarakat sasaran terdapat metode yang digunakan dalam program kerja ini yakni sebagai berikut:

- Pengadaan terhadap logo dan merk usaha untuk produk kedua UMKM dan

penyuluhan mengenai pengemasan produk.



Gambar 1. Pengemasan Produk dengan Logo yang sudah dibuat

- Penyuluhan dan Pelatihan penggunaan aplikasi BukuWarung untuk pembukuan secara sederhana guna membantu pelaku usaha dalam mencatat keuangan usaha.





Gambar 2. Pelatihan penggunaan Aplikasi Buku Warung

- Pengadaan, penyuluhan serta pelatihan mengenai penggunaan akun media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran online guna mengefisienkan waktu dalam pemasaran produk di tengah pandemi.



Gambar 3. Penyuluhan Penggunaan Instagram

4. Tahapan Evaluasi ini dilaksanakan di akhir kegiatan pengabdian masyarakat untuk mendiskusikan dan mengulas kembali mengenai produk dan bagaimana berlangsungnya proses program kerja yang sudah terencana dan kendala yang dialami selama pelaksanaan kegiatan berlangsung serta faktor pendukung yang mendorong kegiatan pengabdian berjalan lancar.

Dalam tahap ini, pelaksana pengabdian masyarakat memberikan *post-test* kepada mitra

untuk melihat dan mengukur sejauh mana program kerja yang telah dilaksanakan untuk mencapai keberhasilan melalui pemahaman dan pengetahuan mitra yang bertambah setelah program kerja terlaksana. Metode evaluasi dilaksanakan pasca implementasi. Metode yang digunakan melalui kuisioner dan dengan aplikasi. Evaluasi ini dilakukan dengan cara membandingkan kondisi kedua mitra sebelum program dilaksanakan dan kondisi mitra setelah program dilaksanakan yakni:

- Dengan adanya pengadaan serta penyuluhan merk dan logo usaha, terjadi peningkatan kualitas terhadap pengemasan produk yang membuat produk lebih menarik saat dipasarkan namun kendala yang ditemukan yakni bahan kemasan produk masih hanya dapat menggunakan plastik bening yang tidak ramah lingkungan.
- Dengan adanya pelatihan penggunaan aplikasi BukuWarung, terjadi peningkatan terhadap proses pencatatan kas masuk dan keluar serta kemudahan dalam mengecek persediaan produk namun hal ini terkendala dengan pesanan produk yang mengalami penurunan sehingga aplikasi ini untuk jangka pendek selama pandemi ini tidak terlalu sering digunakan.
- Dengan adanya penyuluhan mengenai penggunaan aplikasi instagram sebagai media untuk mempromosikan produk usaha mitra terjadi peningkatan dalam hal kreatifitas dalam memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas namun kendala yang ditemukan adalah pengunggahan produk di Instagram masih sangat minim karena pesanan yang masuk masih hanya sebatas dari pesanan pelanggan tetap sehingga untuk pembaharuan produk baru masih minim dikarenakan tingkat pemesanan produk yang menurun.

Setelah pengabdian kepada masyarakat dilakukan, selanjutnya dilakukan evaluasi proses dalam program pengabdian kepada masyarakat. Keberhasilan pengabdian kepada masyarakat dilihat dari indikatornya, yaitu

bagaimana pemahaman mitra tentang pentingnya strategi pemasaran di tengah pandemi serta pemanfaatan teknologi di jaman globalisasi. Hal-hal yang diperhatikan dalam tahapan ini adalah sebagai berikut:

- Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan sesuai dengan waktu yang direncanakan dan di tempat yang memadai.
- Mitra dapat mengikuti setiap kegiatan penyuluhan, pelatihan dari awal sampai selesai.
- Mitra mengikuti setiap proses program kerja dengan aktif.
- Mitra tidak ada yang meninggalkan tempat dan tidak mengerjakan kegiatan lain selama proses program kerja dilaksanakan.

Dengan hal tersebut membantu keberhasilan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan terjadi perubahan yang positif terhadap kemampuan mitra dalam menerapkan strategi pemasaran UMKM di masa pandemi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di lingkungan Banjar Tegeh dan Banjar Bhineka Nusa Kauh, Desa Dalung, Kabupaten Badung pada tanggal 8 Agustus 2021 sampai dengan tanggal 22 Agustus 2021 dalam upaya memperdayakan UMKM di tengah pandemi covid-19 berhasil ditingkatkan melalui penyuluhan pengemasan produk usaha beserta dengan pemberian nama serta logo usaha sebagai identitas, penyuluhan mengenai pembukuan kas dan persediaan menggunakan aplikasi BukuWarung, serta penyuluhan penggunaan sosial media Instagram sebagai media promosi online sehingga dapat berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat sasaran sebagai UMKM yang bergerak dibidang tekstil khususnya di dalam membantu keberlangsungan usahanya sehingga dapat meningkatkan kembali semangat usaha walau dalam kondisi pandemi melalui program kerja yang telah dilaksanakan. Dalam proses pelaksanaan program kerja, digunakan

kuisisioner sebagai tolak ukur keberhasilan program.

Pandemi Covid-19 telah membuat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami stagnan hingga ada yang harus menutup gerainya. Hal itu disebabkan karena adanya perubahan kebiasaan baru dengan penerapan protokol kesehatan yang berdampak pada menurunnya daya beli masyarakat sehingga pendapatan usaha pun menurun. Dalam konteks ekonomi Indonesia, Pandemi Covid-19 akhirnya dapat mendorong terciptanya ekosistem baru yaitu kewirausahaan yang berbasis digital. Dengan kata lain, ekosistem ini telah mendorong para pelaku UMKM untuk mulai bertransformasi ke ranah digital (Arianto, 2020). Meski begitu selama ini pemerintah telah berupaya mendorong program digitalisasi pada UMKM di Indonesia. Hal itu dapat dilacak dari adaptasi para pelaku UMKM untuk menggunakan market place dan media sosial dalam pemasaran digital seperti Instagram yang digunakan dalam program kerja ini. Peranan platform media sosial juga telah menjadi tumpuan utama para pelaku UMKM dalam memasarkan produk usahanya. Selain itu pelaku UMKM juga mulai beradaptasi menggunakan berbagai aplikasi pendukung seperti platform keuangan digital seperti aplikasi BukuWarung yang digunakan tim pengabdian masyarakat untuk mitra. Dengan demikian, pengembangan UMKM digital di masa pandemi Covid-19 bisa menjadi salah satu alternatif penyelamat sektor UMKM agar tetap hidup dan harus diimbangi dengan pemahaman dalam bentuk sosialisasi, penyuluhan, serta pelatihan terhadap pemanfaatan teknologi di tengah pandemi dapat meningkatkan kembali semangat usaha walau dalam kondisi pandemi melalui program kerja yang telah dilaksanakan. Dalam proses pelaksanaan program kerja kegiatan pengabdian masyarakat, digunakan kuesioner sebagai tolak ukur keberhasilan program. Adapun keberhasilan tersebut disajikan dalam tabel rekapitulasi kuesioner yang diberikan kepada mitra sebagai berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Kuesioner Pemberdayaan UMKM di Desa Dalung

No.	Soal Kuesioner	Respoden (n)	Persentase Jawaban		Hasil Perbandingan
			Sebelum	Sesudah	
1.	Apakah anda mengetahui apa yang dimaksud dengan laporan keuangan?	20	40%	100%	+60%
2.	Apakah anda mengetahui jenis-jenis laporan keuangan?	20	40%	100%	+60%
3.	Apakah anda mengetahui apa saja yang terdapat di dalam sebuah laporan keuangan?	20	40%	100%	+60%
4.	Apakah anda mengetahui bagaimana pembukuan secara sederhana baik dalam penulisan debit dan kredit?	20	40%	100%	+60%
5.	Menurut anda apakah penting membuat sebuah pembukuan dalam sebuah usaha?	20	50%	100%	+50%
6.	Apakah anda mengetahui manfaat dari sebuah nama/merk dan logo usaha?	20	40%	100%	+60%
7.	Apakah anda mengetahui tempat pembuatan logo usaha yang menarik untuk konsumen?	20	40%	100%	+60%
8.	Sebutkan salah satu media sosial yang anda ketahui	20	50%	100%	+50%
9.	Apakah anda mengetahui pentingnya pemasaran online melalui media sosial di saat ini?	20	50%	100%	+50%
10.	Apakah anda mengetahui hal penting apa saja yang harus ada dalam media sosial untuk membantu memasarkan produk?	20	40%	100%	+60%
11.	Apakah anda mengetahui hal penting yang harus dilakukan dalam pengelolaan media sosial sebagai alat pemasaran produk usaha?	20	40%	100%	+60%

Untuk rumus perhitungan jawaban sebelum dan sesudah dilaksanakannya program kerja adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Total Skor Maks.}} \times 100\%$$

Berdasarkan tabel rekapitulasi kuesioner di atas mengenai pemberdayaan UMKM di Desa Dalung maka tanggapan responden yakni para pekerja dari UMKM Bapak Putu Asrawan dan Bapak Komang Sudiasa terhadap pertanyaan kuesioner secara umum mengalami peningkatan tingkat pengetahuan sasaran dengan rata-rata 57%. Hal ini membuktikan bahwa kegiatan sosialisasi, pelatihan dan penyuluhan terhadap masyarakat sasaran berjalan dengan baik dan lancar.

Setelah dijalankannya program kerja kepada mitra, maka dapat dilihat kemajuan yang dialami mitra dalam usahanya. Adapun peningkatan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Mitra sudah memiliki logo usaha yang menarik serta nama UMKM yang lebih mudah diingat oleh publik yang akan menjadi identitas usaha kedua mitra. Dalam ini hal ini logo usaha dicetak dengan berisi nomor *whatsapp* di dalamnya dan akan diberikan di dalam pengemasan produk usaha sehingga publik dapat lebih mudah menghubungi kedua UMKM. Untuk Nama UMKM dari Bapak Putu Asrawan menjadi “Wijaya Textile” dan UMKM dari Bapak Komang Sudiasa menjadi “Utami Textile”



Gambar 4. Logo Wijaya Textile



Gambar 5. Logo Utami Textile

2. Mitra mampu melakukan pencatatan dari pemasukan dan pengeluaran usaha melalui aplikasi BukuWarung dan mitra mencoba memanfaatkan fitur di dalam aplikasi dan terus melakukan program kerja dari tim pengabdian masyarakat secara berkelanjutan. Dalam hal ini mitra dapat lebih mudah dalam memperhitungkan seberapa besar keuntungan usaha yang diperoleh, sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan dalam usahanya.



Gambar 6. Pencatatan Wijaya Textile



Gambar 7. Pencatatan Utami Textile

- Mitra mampu meningkatkan penjualan produk mereka dengan strategi promosi yang telah disosialisasikan melalui media sosial instagram dan menggunakan Instagram secara berkelanjutan dalam pemasaran produk. Dalam hal ini mitra dapat memperluas jangkauan pemasaran produk usahanya dengan lebih efisien dan

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat terhadap

efektif dalam situasi pandemi seperti ini dan mitra dapat berkreasi dalam mengunggah foto produk agar dapat menarik perhatian konsumen.



Gambar 8. Akun Instagram Wijaya Textile



Gambar 9. Akun Instagram Utami Textile

pemberdayaan UMKM Bapak I Putu Asrawan dan UMKM Bapak Komang Sudiasa yang bergerak di bidang textile dalam menghadapi masa pandemi Covid-19 di Desa Dalung sudah berhasil dilaksanakan dengan baik dan berjalan

dengan lancar walaupun ada beberapa kendala, namun hal tersebut dapat diatasi.

Program kerja yang disusun untuk kedua UMKM selaku mitra dapat membantu membangkitkan kembali semangat usaha di tengah pandemi dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk walau ditengah pandemi. Dimana sebelumnya mitra namun dengan adanya program kerja tim pelaksana dapat terealisasi pengadaan merk dan logo usaha yang menarik. Dalam hal ini, penyuluhan mengenai penggunaan aplikasi BukuWarung juga membantu mitra dalam mengatur keuangan serta memudahkan mitra dalam pencatatan pemasukan dan pengeluaran sehingga keuangan lebih tertata. Kedua UMKM sebelumnya hanya memasarkan produk secara lokal dari mulut ke mulut, setelah dilaksanakan program kerja kini dapat menggunakan aplikasi Instagram untuk memasarkan produknya agar dapat dijangkau oleh masyarakat secara luas.

Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662-669.

Wurara, T. O., Pangkey, M., & Ruru, J. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pelatihan Usaha Mikro Di Kelurahan Imandi Pada Pandemi Covid 19. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(102).

DAFTAR RUJUKAN

- Anam, A. Khoirul, dan Nurhidayati. (2020). *Manajemen Bisnis Di Era Pandemi Covid-19 & New Normal*. Semarang: Unissula Press
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233-247.
- Kriswibowo, A., & Utomo, S. A. P. (2020). *Ekonomi Politik Indonesia di Tengah Pandemi COVID-19*. Penerbit: Cakradewa Ilmu.
- Lesmana, R. (2021). Peran Digital Marketing Dan Manajemen Keuangan dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(2).
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro,