

Artikel: PENYULUHAN PENINGKATAN KINERJA UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19
Jurnal: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera (JUARA)
Penerbit: FALTL, Usakti

Cover




Daftar Isi

Volume 3, Nomor 2, Juli 2022 | [Inbox \(1,557\) - medina@trisakti...](#) | [Penelitian \(Artikel Jurnal\) - Goog...](#) | +

[e-journal.trisakti.ac.id/index.php/juara/issue/view/1010](#)

[Gmail](#) [YouTube](#) [Maps](#) [wh - Google Search](#) [KTP Daffa - medina...](#) [ou](#)




JUARA

JURNAL WAHANA ABDIMAS SEJAHTERA

MEDINANILASARI

[UNIVERSITAS TRISAKTI](#) [ABOUT](#) [ANNOUNCEMENTS](#) [CURRENT](#) [ARCHIVES](#) [PUBLICATION ETHICS](#) [EDITORIAL BOARDS](#) [REVIEWER](#) [JOURNAL INDEX](#)

Home / Archives / Volume 3, Nomor 2, Juli 2022



DOI: <https://doi.org/10.25105/juara.v3i2>
Published: 2022-07-31

SUBMISSION

- [Author Guideline](#)
- [Copyright Notice](#)
- [Privacy Statement](#)

PEOPLE

- [Editorial Boards](#)
- [Reviewer](#)
- [Contact](#)

POLICIES

- [Focus and Scope](#)
- [Publication Ethics](#)
- [Section Policies](#)
- [Peer Review Process](#)
- [Publication Frequency](#)
- [Open Access Policy](#)
- [Archiving](#)
- [Article Processing Charges](#)


Type here to search

30°C 13:11 13/08/2022

Volume 3, Nomor 2, Juli 2022 | +

[e-journal.trisakti.ac.id/index.php/juara/issue/view/1010](#)

[Gmail](#) [YouTube](#) [Maps](#) [wh - Google Search](#) [KTP Daffa - medina...](#) [ou](#)



Front Cover

Front Cover

[PDF](#)

Abstract views: 14 | [PDF Download: 9](#) | <https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.14347>

Preface

Preface

[PDF](#)

Abstract views: 13 | [PDF Download: 12](#)

Type here to search

30°C 13:14 13/08/2022

Volume 3, Nomor 2, Juli 2022 | JI x +

e-journal.trisakti.ac.id/index.php/juara/issue/view/1010

Gmail YouTube Maps wh - Google Search KTP Daffa - medina... ou

Articles

PENINGKATAN PENGETAHUAN KELEGISLATIFAN KADER MUDA DPD PARTAI GOLKAR KABUPATEN BANDUNG
 Tatik Rohmawati
 123-132
 PDF
 Abstract views: 21 | PDF Download: 8 |
<https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.14313>

PELATIHAN PENGENALAN TEKNOLOGI CLOUD COMPUTING UNTUK MENINGKATKAN LITERASI DIGITAL GURU-GURU di SMK JP1 JAKARTA PUSAT
 Is Mardianto, M Najih, Binti Solihah
 133-142
 PDF
 Abstract views: 15 | PDF Download: 7 |
<https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.14314>

PENINGKATAN PENGETAHUAN ORANG TUA TENTANG PERAN VITAMIN D BAGI KESEHATAN ANAK DI MASA PANDEMI COVID-19
 Kartini Kartini, Patricia Budihartanti Liman, Kurniasari, Husnun Amalia
 143-155

References Management

ARTICLE TEMPLATE

Article Template

REFERENCE MANAGER TOOLS

MENDELEY turnitin

VISITOR STATISTIC

Visitors

	11,481		21
	677		14

Type here to search

Volume 3, Nomor 2, Juli 2022 | JI x +

e-journal.trisakti.ac.id/index.php/juara/issue/view/1010

Gmail YouTube Maps wh - Google Search KTP Daffa - medina... ou

MASA PANDEMI COVID-19
 Kartini Kartini, Patricia Budihartanti Liman, Kurniasari, Husnun Amalia
 143-155
 PDF
 Abstract views: 21 | PDF Download: 12 |
<https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.13464>

PENYULUHAN PERAN DAN URGENSI PENATAAN RUANG PADA PELAJAR SEKOLAH MENENGAH ATAS/KAUM MUDA DI KECAMATAN GROGOL PETAMBURAN, JAKARTA BARAT
 Martina Cecilia Adriana, Anita Sitawati Wartaman, Endrawati Fatimah, Riana Ayu Kusumadewi, Bregas Djijwandono Aji
 156-166
 PDF
 Abstract views: 26 | PDF Download: 10 |
<https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.13463>

PERBAIKAN RANCANGAN MEKANISME PENGUNCI KOTAK CETAKAN BUSA JOK SEPEDA MOTOR
 Tono Sukarnoto, Jamal M Afiff, Nora Azmi, Sentot Noviato
 167-173
 PDF
 Abstract views: 15 | PDF Download: 10 |
<https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.9589>

Visitors

	11,481		21
	677		14
	95		13
	65		12
	36		9
	28		8
	28		7
	22		6

Pageviews: 33,087

FLAG Counter

View MyStat

Type here to search

Volume 3, Nomor 2, Juli 2022 | JI x +

e-journal.trisakti.ac.id/index.php/juara/issue/view/1010

Gmail YouTube Maps wh - Google Search KTP Daffa - medina... ou

PENGLOLAAN DAN KESEHATAN LINGKUNGAN DI SEKOLAH BERASRAMA SMAN CAHAYA MADANI BANTEN BOARDING SCHOOL, KABUPATEN PANDEGLANG, BANTEN
Sarah Aphirta, Sintorini Moerdjoko, Rositayanti Hadisoebroto, Hilarion Widyatmoko, Qurrotu Aini Besila, Hera Trihidayanti, Milani Yolanda Salim
174-187

PDF

Abstract views: 11 | PDF Download: 7 | <https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.10063>

PENYULUHAN DAN PELATIHAN PENINGKATAN KUALITAS AIR SUNGAI CITARUM MELALUI PEMANFAATAN ECENG GONDOK DAN PENATAAN LINGKUNGAN DAS CITARUM
Asih Wijayanti, Bambang Iswanto, Ina Krisantia, Riana Ayu Kusumadewi
188-198

PDF

Abstract views: 14 | PDF Download: 6 | <https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.12444>

PEMBUATAN KARBOL ORGANIK SEREH RAMAH LINGKUNGAN DI KELURAHAN DUKUH MENANGGAL KECAMATAN GAYUNGAN KOTA SURABAYA
Sri Widyastuti, Rhenny Ratnawati, Indah Nurhayati, Muhammad Al Kholif, Pungut Pungut
200-209

PDF

Type here to search 30°C 13:14 13/08/2022

Volume 3, Nomor 2, Juli 2022 | JI x +

e-journal.trisakti.ac.id/index.php/juara/issue/view/1010

Gmail YouTube Maps wh - Google Search KTP Daffa - medina... ou

PENYULUHAN PENINGKATAN KINERJA UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19
Pipie Puspitasari, B Medina Nilasari, Robert Angkasa, Beta Oki Ballartati
210-218

PDF

Abstract views: 16 | PDF Download: 8 | <https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.13394>

PENYULUHAN PENDAMPINGAN ORANG TUA DALAM PEMELIHARAAN KESEHATAN GIGI DAN MULUT ANAK DI KOMUNITAS SERPONG, BANTEN
Carolina Marpaung, Rahmi Amtha, Armelia Widyarman, Enrita Rahmadini, Florencia Livia
219-227

PDF

Abstract views: 15 | PDF Download: 18 | <https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.12490>

PEMBERIAN VAKSINASI BOOSTER COVID-19 SEBAGAI UPAYA PERCEPATAN TERBENTUKNYA KEKEBALAN KELOMPOK PADA MASYARAKAT DI WILAYAH DKI JAKARTA
Evi Susanti Sinaga, Rudy Pou, Gita Handayani Tarigan, Bambang Endro Yuwono, Hartini Hartini
228-237

PDF

Abstract views: 34 | PDF Download: 24 | <https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.13677>

Type here to search 30°C 13:15 13/08/2022

Back Cover

Back Cover



Abstract views: 13 | PDF Download: 4 |

<https://doi.org/10.25105/juara.v3i2.14348>

Universitas Trisakti - Fakultas Arsitektur Lanskap dan Teknologi Lingkungan
Gedung K, Kampus A
Jl. Kyai Tapa Grogol Jakarta 11440, Indonesia
Telephone: +62-21-5663232 ext 8767/8765 Fax: +62-21-5602575

JUARA: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera, Index by



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)



Platform &
workflow by
OJS / PKP

Dewan Redaksi

JUARA
JURNAL WAHANA ABDIMAS SEJAHTERA

UNIVERSITAS TRISAKTI

ABOUT ANNOUNCEMENTS CURRENT ARCHIVES PUBLICATION ETHICS EDITORIAL BOARDS REVIEWER JOURNAL INDEX

Search

Editorial Boards

Editor in Chief

Melati Ferianita Fachrul, Department of Environmental Engineering, Universitas Trisakti, Jakarta
Scopus Google Scholar Sinta

Member of Editors

Astri Rinanti, Department of Environmental Engineering, Universitas Trisakti, Jakarta
Scopus Google Scholar Sinta

Lailatus Siami, Department of Environmental Engineering, Universitas Trisakti, Jakarta
Scopus Google Scholar Sinta

SUBMISSION

- Author Guideline
- Copyright Notice
- Privacy Statement

PEOPLE

- Editorial Boards
- Reviewer
- Contact

POLICIES

- Focus and Scope

13:16 13/08/2022

PENYULUHAN PENINGKATAN KINERJA UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19

Counseling For Improving MSME Performance During the Covid-19 Pandemic

Sejarah Artikel

Diterima
Januari 2022
Revisi
April 2022
Disetujui
Mei 2022
Terbit Online
Juli 2022

Pipie Puspitasari¹, B Medina Nilasari^{2*}, Robert Kristaung¹, Beta Oki Baliartati²

¹Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, Jakarta

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, Jakarta

*Penulis Koresponden:

medina@trisakti.ac.id



Abstrak

Awal tahun 2020 menjadi tahun yang berat bagi seluruh warga dunia, karena dunia dilanda oleh pandemi Covid-19 yang melumpuhkan segala bentuk aspek kehidupan. Korban jiwa berjatuhan, tatanan hidup berubah serta runtuhnya perekonomian makro maupun mikro. Hal ini menyebabkan banyak perubahan pada sistem tata kelola. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang terkena imbas dari pandemi covid-19. Walaupun terkena imbas dari covid-19, UMKM harus tetap berkembang. Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan mengenai peningkatan kinerja UMKM melalui strategi pemasaran. Metode pelaksanaan PkM dilakukan penyuluhan secara langsung melalui zoom meeting. Peserta penyuluhan adalah 23 pelaku UMKM binaan Yayasan Insan Palma Sejahtera di Palmerah - Jakarta Barat. Hasil dari penyuluhan ini dapat memberikan pengetahuan dan kemampuan kepada peserta, dan peserta juga mendapatkan solusi dari permasalahan pemasaran produk/layanan mereka di masa Pandemi Covid-19. Hasil kuesioner efektifitas penyuluhan yang menunjukkan 80% peserta menyatakan penyuluhan dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan; 80% peserta menyatakan mendapatkan pengetahuan tentang cara meningkatkan kinerja UMKM.

Kata Kunci:

- Kinerja UMKM
- Strategi Pemasaran
- Promosi Digital
- Media Sosial

Keywords:

- Performance of MSMEs
- Marketing Strategy
- Digital Promotion
- Social Media

Abstract

The beginning of 2020 was a tough year for all citizens of the world, because the world was hit by the Covid-19 pandemic which paralyzed all aspects of life. The death toll fell, the order of life changed and the macro and micro economy collapsed. This led to many changes to the governance system. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the sectors affected by the COVID-19 pandemic. Even though they are affected by COVID-19, MSMEs must continue to grow. This Community Service (PkM) aims to provide counseling about improving the performance of MSMEs through marketing strategies. The method of implementing PkM is carried out directly through a zoom meeting. The counseling participants were 23 MSME actors assisted by the Insan Palma Sejahtera Foundation in Palmerah - West Jakarta. The results of this counseling can provide knowledge and abilities to participants, and participants also get solutions to their product/service marketing problems during the Covid-19 Pandemic. The results of the questionnaire on the effectiveness of counseling showed that 80% of participants stated that counseling could increase their knowledge and abilities; 80% of participants stated that they had knowledge about how to improve the performance of MSMEs.

1. PENDAHULUAN

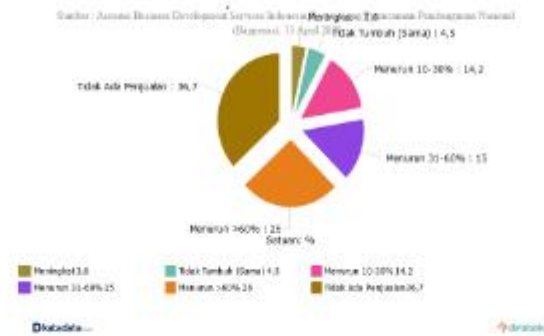
Pandemi covid-19 berdampak besar pada kelangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Krisis ekonomi yang dialami oleh UMKM pun menjadi ancaman besar bagi perekonomian nasional, mengingat UMKM merupakan penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja terbesar dalam beberapa dekade terakhir. UMKM yang merupakan penopang produksi nasional menghadapi goncangan dari sisi penawaran dan permintaan, hal itu dapat berimplikasi pada penurunan kesejahteraan masyarakat.

Optimisme UMKM muncul dalam menghadapi kondisi ini disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, meningkatnya aktivitas masyarakat karena angka infeksi baru dan kasus aktif covid-19 terus turun ditengah makin meluasnya program vaksinasi. Kedua, naiknya produksi barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang disebabkan oleh hari besar seperti Imlek dan hari raya Idul Fitri. Ketiga, panen raya di sejumlah daerah yang mendorong kenaikan harga komoditas (Bahtiar, 2021).

Dalam usaha menumbuhkan inovasi dalam memproduksi barang dan jasa serta menumbuh kembangkan berbagai gagasan dan ide usaha baru bagi UMKM di era pasca pandemi ini, diperlukan adanya peningkatan kinerja. Kinerja organisasi adalah tanda yang menunjukkan kapasitas organisasi (termasuk UMKM) untuk mencapai tujuan secara efisien (Parji, Wahyudi, Wardiningsih, 2019). Terdapat 14 indikator kinerja UMKM yaitu: reputasi, produktivitas, kepuasan karyawan, *profit*, hasil penjualan atau *income*, kesesuaian produk, cukup modal, efektivitas produksi, mutu produk, pencapaian target, jumlah pelanggan, kemudahan dalam melakukan pengawasan, dan pengurangan biaya produksi (Gopang, *et al.*, 2017). Kinerja UMKM sering mengalami kendala, seperti kemampuan bertahan, tumbuh dan berkembang. Penyebabnya kendala tersebut antara lain masalah sumber daya manusia, kepemilikan produk, pembiayaan, dan pemasaran yang dapat membuat UMKM tidak mampu bersaing dengan perusahaan besar (Subroto, *et al.*, (2016),

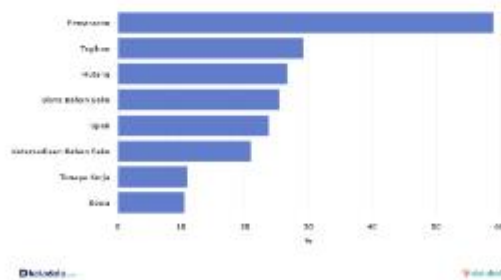
Krisis yang sedang berlangsung akibat pandemi covid-19 makin menekan pelaku UMKM di Indonesia agar tetap bertahan dan mampu bersaing. Ada sebagian yang kian meningkat meraup keuntungan, ada yang terus berjuang dan bertahan agar dapat melakukan penjualan, namun tidak sedikit pula yang gulung tikar. Sebagai pelaku usaha, ada banyak faktor yang sebenarnya dapat menunjang agar bisnis tetap berjalan, terutama di masa pandemi covid-19 seperti sekarang

ini. Salah satu faktor penting adalah strategi pemasaran. Banyak cara yang dilakukan pelaku UMKM agar tetap dapat bertahan di masa seperti sekarang ini.



Gambar 1. Penurunan penjualan sektor UMKM akibat Covid-19
 Sumber: Katadata.com

Gambar 1 menjelaskan bahwa dampak Pandemi Covid-19 mempengaruhi penurunan penjualan yang hampir dirasakan oleh seluruh UMKM. Sebanyak 36,7%, responden mengakui tidak ada penjualan. Selanjutnya, sebanyak 26% responden mengakui terdapat penurunan lebih dari 60%. Di sisi lain, hanya 3,6% yang mengalami kenaikan penjualan. Berdasarkan hasil observasi terhadap UMKM di Kota Jakarta, rata-rata UMKM mengalami penurunan penjualan. Kondisi penurunan penjualan juga berdampak pada penurunan pendapatan yang dialami oleh UMKM tersebut.



Gambar 2. Ragam kendala pelaku usaha di masa pandemi
 Sumber: Katadata.com

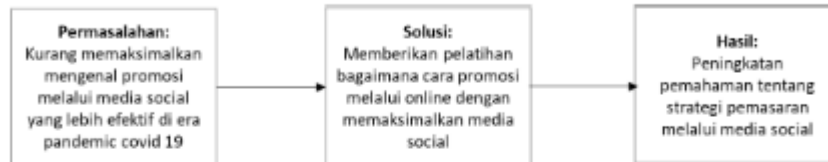
Dari gambar di atas terlihat bahwa kendala UMKM di masa pandemi terbesar yaitu di sektor pemasaran. Promosi merupakan salah satu cara yang paling mudah untuk melakukan pemasaran, yaitu dapat melalui penjualan dengan tatap muka (*personal selling*) dengan tetap menerapkan protokol kesehatan, dan dapat juga melalui periklanan (*advertising*), walaupun UMKM mengakui bahwa kegiatan promosi yang dilakukan di masa pandemi tidak berjalan lancar jika dibandingkan dengan saat masa normal.

Program PkM ini membuka kesempatan UMKM untuk tetap produktif pada masa pandemi Covid-19, dengan melakukan perubahan dalam metode promosi. Diharapkan melalui perubahan metode promosi dapat meningkatkan daya saing dan meraih peluang dengan melalui media sosial. Selain itu diperlukan juga pengetahuan dan pemahaman yang esensial terkait bentuk produk dengan metode presentasi produk melalui konten-konten digital, sehingga dapat terwujud konten promosi digital yang tepat sasaran serta efektif menjangkau minat konsumen seperti mengupload di Instagram, facebook, dan media sosial lain. Temuan penelitian Lina dan Permatasari (2020) membuktikan bahwa kinerja UMKM dapat meningkat ketika menggunakan media sosial dalam proses bisnisnya baik kinerja pemasaran maupun kinerja keuangan. Selain itu pelatihan maksimalisasi pemasaran digital lewat *landing page* dan mengatur media sosial dengan baik pada perusahaan *startup* juga terbukti membantu dalam proses bisnis (Febrian *et al.*, 2021).

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang di gunakan dalam pelaksanaan PkM ini diawali dengan diskusi terlebih dahulu dengan pengurus Yayasan Insan Palma Sejahtera yaitu ibu Rahmawati SE, MM dalam rangka untuk menemukan permasalahan yang dihadapi UMKM binaannya. Diskusi dilakukan pada tanggal 1-2 Oktober 2021. Selanjutnya dilakukan penyuluhan secara langsung melalui zoom meeting pada hari Senin tanggal 20 Desember 2021 pk. 13.00 – 17.00 dengan topik sesuai permasalahan yang ditemui saat diskusi awal. Adapun topik penyuluhan mengenai "peningkatan kinerja UMKM melalui bidang pemasaran, di era Pandemi Covid-19". Peserta hadir sebanyak 23 orang yang merupakan pelaku UMKM binaan Yayasan Insan Palma Sejahtera di Palmerah – Jakarta Barat. Topik penyuluhan ini merupakan salah satu topik yang sangat baik sekali untuk dibahas pada masa pandemi yang sampai sekarang belum berakhir. Setelah penyuluhan, tim PkM membuka kesempatan melanjutkan dengan tanya jawab dan diskusi untuk memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai kondisi masing-masing UMKM. Peserta PkM membutuhkan solusi atas

permasalahan kinerja UMKM, khususnya pada bidang pemasaran. Tahapan yang dilakukan adalah:

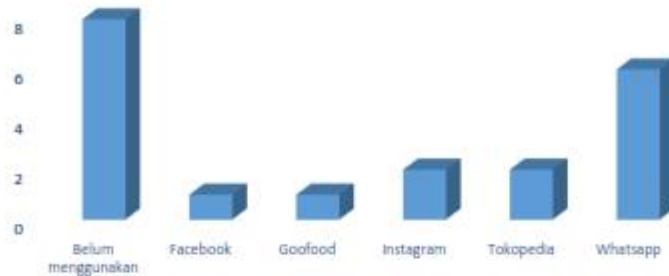


Gambar 3. Permasalahan-solusi-hasil

Peserta terlihat antusias pada sesi ini, dimana peserta berani mengajukan pertanyaan terkait masalah pemasaran produk/layanan yang mereka alami di masa Pandemi Covid-19. Tim penyuluh PkM yang terdiri dari 4 dosen, 1 alumni, 1 mahasiswa, dan 1 tenaga pendidik menjawab setiap pertanyaan peserta dengan sangat baik sehingga dapat memberikan mereka solusi yang solutif. Banyak hal baru dan menarik yang sebelumnya tidak mereka ketahui atau bayangkan bahwa promosi digital dapat dilakukan dengan sangat mudah dan *low budget*. Selama ini mereka selalu berfikir bahwa teknologi digital membutuhkan biaya besar, begitu pula dengan pemasaran melalui digital.

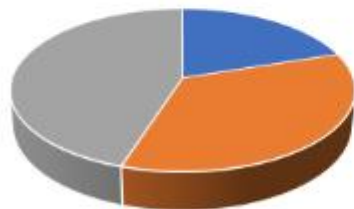
3. HASIL DAN DISKUSI

Materi penyuluhan mengenai promosi digital melalui media sosial sudah sangat sesuai dengan permasalahan peserta. Gambar 4. terlihat dari hasil kuesioner awal penyuluhan yang menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM belum menggunakan media sosial untuk promosi produk/layannya. Sehingga diyakini kegiatan PkM akan memberikan manfaat bagi peningkatan kinerja UMKM di masa Pandemi Covid-19.



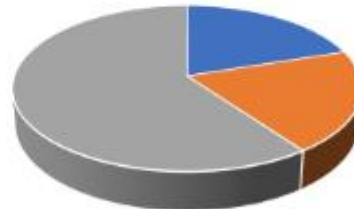
Gambar 4. Media sosial yang digunakan UMKM untuk Promosi

Hasil dari penyuluhan ini dapat memberikan pengetahuan dan kemampuan kepada peserta, dan peserta juga mendapatkan solusi dari permasalahan pemasaran produk/layanan mereka di masa Pandemi Covid-19. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner efektifitas penyuluhan yang menunjukkan bahwa: 80% peserta menyatakan penyuluhan dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan; 80% peserta menyatakan mendapatkan pengetahuan tentang cara meningkatkan kinerja UMKM dan mereka akan menerapkannya (Gambar 5 dan 6). Dari hasil kuesioner efektifitas penyuluhan juga diperoleh informasi bahwa 70% peserta puas dengan kegiatan PkM yang diselenggarakan (Gambar 7).



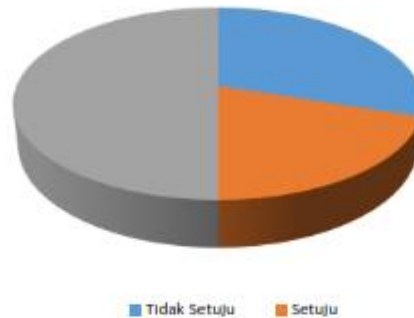
■ Tidak Setuju ■ Setuju ■ Sangat Setuju

Gambar 5. Persepsi peserta mengenai materi penyuluhan meningkatkan pengetahuan dan kemampuan



■ Tidak Setuju ■ Setuju ■ Sangat Setuju

Gambar 6. Persepsi peserta mengenai mendapatkan pengetahuan tentang cara meningkatkan kinerja UMKM dan akan menerapkannya



Gambar 7. Persepsi peserta mengenai kepuasan terhadap kegiatan PkM

3.1 Solusi Permasalahan

Permasalahan yang dihadapi yaitu para pelaku UMKM belum begitu mengenal promosi melalui media sosial yang ternyata lebih efisien di era pandemi Covid-19. Solusi yang dapat dilakukan yaitu memberikan penyuluhan sekaligus pendampingan membuat promosi via online. Peserta dibantu mulai dari membuat akun sampai membuat konten promosi di Instagram dan facebook, sebagai media pemasaran di era pandemi Covid-19.

Transaksi bisnis melalui internet merupakan satu fenomena bisnis baru untuk dapat meningkatkan kinerja UMKM. Salah satu manfaat internet sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa. Dari sisi finansial, pemasaran online sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha. Setiap pelaku UMKM tentu punya cara masing-masing, sesuai produk yang dipasarkannya. Namun secara garis besar, strategi yang dapat dilakukan antara lain adalah: tentukan segmentasi secara efektif, yakinkan bahwa produknya aman, lakukan inovasi produk berdasarkan kebutuhan, tetap perhatikan standar kualitas produk, buat promo yang menarik, dan menerapkan pemasaran digital.

Pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang ditempuh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Pandemi Covid-19 memiliki dampak besar terhadap segala aspek dan sektor di kehidupan masyarakat terutama pada sektor ekonomi. Kehadiran Covid-19 telah membuat situasi ekonomi diseluruh dunia memburuk. Untuk itu, kegiatan PkM ini dapat membantu permasalahan UMKM dengan diberikan penyuluhan dan pendampingan peningkatan kinerja UMKM dengan

membuat promosi via *online* di Instagram dan facebook, sebagai media pemasaran di era pandemi Covid-19.

3.1. Target Kegiatan

Solusi yang diberikan kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja agar memiliki omset atau pendapatan yang lebih baik lagi di masa pandemi Covid-19 yaitu dengan cara memberikan beberapa strategi dalam pemasaran seperti promosi yang dilakukan melalui media sosial seperti facebook, Instagram dan lainnya. Lebih lanjut, temuan di lapangan juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih bertransaksi secara konvensional dan belum memanfaatkan *e-commerce*. Komunikasi pemasaran yang dilakukan hanya mengandalkan daya tarik dari point of sales (POS), dan belum memanfaatkan media digital atau online seperti media sosial (Facebook, WhatsApp, Instagram) sebagai sarana promosi. Selain itu, tingkat kesadaran akan pentingnya menjalin relasi dengan pelanggan juga masih rendah.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM agar mampu bertahan di masa Pandemi Covid-19, yaitu strategi pemasaran melalui *e-commerce* dan *digital promotion* sebagai upaya yang dapat ditempuh oleh UMKM di masa pandemi. Selain itu, juga diperlukan penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) untuk meningkatkan loyalitas pelanggan UMKM di masa pandemi.

4. SIMPULAN

Para pelaku UMKM terhadap kendala masih minimnya pengetahuan terhadap *e-commerce*, dan *promosi digital*. Potensi pemanfaatan teknologi untuk aspek pemasaran dapat dikembangkan dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kinerja UMKM dari segi pemasaran, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen dan volume penjualan melalui pemasaran media sosial. Dengan demikian UMKM dapat menjalankan bisnisnya di masa Pandemi Covid-19.

5. SARAN

Kegiatan ini dapat dilanjutkan kembali dengan memberikan pelatihan media sosial yang melibatkan penyuluh/instruktur dari latar belakang desain visual dan atau teknologi informasi.

Kemudian materi pelatihan dapat ditambahkan mengenai komunikasi visual dan komunikasi digital yang akan membantu dalam membuat konten di media sosial.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Trisakti, Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Dewan Riset dan PkM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti yang telah memberikan bantuan moril dan materil selama persiapan, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, hingga penyusunan naskah.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Bahtiar, R., A. 2021. Dampak pandemi Covid 19 terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta Solusinya. *INFO Singkat*, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. 13(10): 19-24.
- Febrian et al. 2021. Keefektifan Pengguna Mobile Learning Aplikasi HSK Online untuk Penunjang Pengayaan Media Online dimasa Pandemi. 1(2).
- Gopang, M., Nebhwani, M., Khatri, A., & Marri, H. 2017. An Assessment of Occupational Health and Safety Measures and Performance of SMEs: An Empirical Investigation. *Safety Science*. 93: 127-133. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2016.11.024>
- Lina & Permatasari. 2020. Sosial Media Capabilities dalam Adopsi Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMK., *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 13(10): 19-24. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>.
- Parji, Wahyudi, A., Wardiningsih, S., S. 2019. Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dengan Komitmen Organisasional sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*. 13(1): 38-51.
- Subroto, S., Hapsari, I. M., & Astutie, Y. P. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kabupaten Brebes. *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi dan Humaniora*. 6(1): 337-344. <http://proceeding.unisba.ac.id/index.php/sosial/article/view/202>.

JUARA:
Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera

Penyuluhan Peningkatan Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19
Puspitasari, Nilasari, Kristaung, dan Baliartati¹
e-ISSN 2725-4998 Volume 3, Nomor 2, Agustus 2022 - 228, Juli 2022
DOI: 10.25105/wahana.v3i2.12326

PENYULUHAN PENINGKATAN KINERJA UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19
Counseling For Improving MSME Performance During the Covid-19 Pandemic

Sejarah Artikel

Diterima
Januari 2022
Revisi
April 2022
Disetujui
Mei 2022
Terbit Online
Juli 2022

Pipie Puspitasari¹, B Medina Nilasari², Robert Kristaung¹, Beta Oki Baliartati²

¹Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, Jakarta

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, Jakarta

*Penulis Koresponden:
medina@trisakti.ac.id



Abstrak

Awal tahun 2020 menjadi tahun yang berat bagi seluruh warga dunia, karena dunia dilanda oleh pandemi Covid-19 yang melumpuhkan segala bentuk aspek kehidupan. Korban jiwa berjatuhan, tatanan hidup berubah serta runtuhnya perekonomian makro maupun mikro. Hal ini menyebabkan banyak perubahan pada sistem tata kelola. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang terkena imbas dari pandemi covid-19. Walaupun terkena imbas dari covid-19, UMKM harus tetap berkembang. Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan mengenai peningkatan kinerja UMKM melalui strategi pemasaran. Metode pelaksanaan PkM dilakukan penyuluhan secara langsung melalui zoom meeting. Peserta penyuluhan adalah 23 pelaku UMKM binaan Yayasan Insan Palma Sejahtera di Palmerah - Jakarta Barat. Hasil dari penyuluhan ini dapat memberikan pengetahuan dan kemampuan kepada peserta, dan peserta juga mendapatkan solusi dan permasalahan pemasaran produk/layanan mereka di masa Pandemi Covid-19. Hasil kuesioner efektifitas penyuluhan yang menunjukkan 80% peserta menyatakan penyuluhan dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan, 80% peserta menyatakan mendapatkan pengetahuan tentang cara meningkatkan kinerja UMKM.

Kata Kunci:

- Kinerja UMKM
- Strategi Pemasaran
- Promosi Digital
- Media Sosial

Keywords:

- Performance of MSMEs
- Marketing Strategy
- Digital Promotion
- Social Media

Abstract

The beginning of 2020 was a tough year for all citizens of the world, because the world was hit by the Covid-19 pandemic which paralyzed all aspects of life. The death toll fell, the order of life changed and the macro and micro economy collapsed. This led to many changes to the governance system. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the sectors affected by the COVID-19 pandemic. Even though they are affected by COVID-19, MSMEs must continue to grow. This Community Service (PkM) aims to provide counseling about improving the performance of MSMEs through marketing strategies. The method of implementing PkM is carried out directly through a zoom meeting. The counseling participants were 23 MSME actors assisted by the Insan Palma Sejahtera Foundation in Palmerah - West Jakarta. The results of this counseling can provide knowledge and abilities to participants, and participants also get solutions to their product/service marketing problems during the Covid-19 Pandemic. The results of the questionnaire on the effectiveness of counseling showed that 80% of participants stated that counseling could increase their knowledge and abilities; 80% of participants stated that they had knowledge about how to improve the performance of MSMEs.

1. PENDAHULUAN

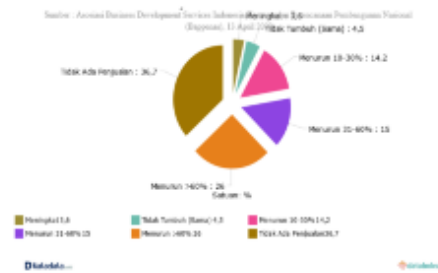
Pandemi covid-19 berdampak besar pada kelangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Krisis ekonomi yang dialami oleh UMKM pun menjadi ancaman besar bagi perekonomian nasional, mengingat UMKM merupakan penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja terbesar dalam beberapa dekade terakhir. UMKM yang merupakan penopang produksi nasional menghadapi guncangan dari sisi penawaran dan permintaan, hal itu dapat berimplikasi pada penurunan kesejahteraan masyarakat.

Optimisme UMKM muncul dalam menghadapi kondisi ini disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, meningkatnya aktivitas masyarakat karena angka infeksi baru dan kasus aktif covid-19 terus turun ditengah makin meluasnya program vaksinasi. Kedua, naiknya produksi barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang disebabkan oleh hari besar seperti Imlek dan hari raya Idul Fitri. Ketiga, panen raya di sejumlah daerah yang mendorong kenaikan harga komoditas (Bahtiar, 2021).

Dalam usaha menumbuhkan inovasi dalam memproduksi barang dan jasa serta menumbuhkembangkan berbagai gagasan dan ide usaha baru bagi UMKM di era pasca pandemi ini, diperlukan adanya peningkatan kinerja. Kinerja organisasi adalah tanda yang menunjukkan kapasitas organisasi (termasuk UMKM) untuk mencapai tujuan secara efisien (Parji, Wahyudi, Wardiningsih, 2019). Terdapat 14 indikator kinerja UMKM yaitu: reputasi, produktivitas, kepuasan karyawan, *profit*, hasil penjualan atau *income*, kesesuaian produk, cukup modal, efektivitas produksi, mutu produk, pencapaian target, jumlah pelanggan, kemudahan dalam melakukan pengawasan, dan pengurangan biaya produksi (Gopang, et al., 2017). Kinerja UMKM sering mengalami kendala, seperti kemampuan bertahan, tumbuh dan berkembang. Penyebabnya kendala tersebut antara lain masalah sumber daya manusia, kepemilikan produk, pembiayaan, dan pemasaran yang dapat membuat UMKM tidak mampu bersaing dengan perusahaan besar (Subroto, et al., (2016).

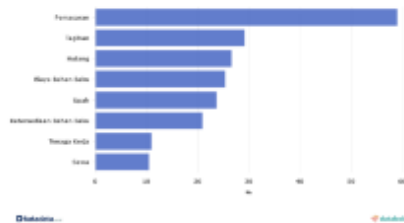
Krisis yang sedang berlangsung akibat pandemi covid-19 makin menekan pelaku UMKM di Indonesia agar tetap bertahan dan mampu bersaing. Ada sebagian yang kian meningkat meraup keuntungan, ada yang terus berjuang dan bertahan agar dapat melakukan penjualan, namun tidak sedikit pula yang gulung tikar. Sebagai pelaku usaha, ada banyak faktor yang sebenarnya dapat menunjang agar bisnis tetap berjalan, terutama di masa pandemi covid-19 seperti sekarang

ini. Salah satu faktor penting adalah strategi pemasaran. Banyak cara yang dilakukan pelaku UMKM agar tetap dapat bertahan di masa seperti sekarang ini.



Gambar 1. Penurunan penjualan sektor UMKM akibat Covid-19
 Sumber: Katadata.com

Gambar 1 menjelaskan bahwa dampak Pandemi Covid-19 mempengaruhi penurunan penjualan yang hampir dirasakan oleh seluruh UMKM. Sebanyak 36,7%, responden mengakui tidak ada penjualan. Selanjutnya, sebanyak 26% responden mengakui terdapat penurunan lebih dari 60%. Di sisi lain, hanya 3,6% yang mengalami kenaikan penjualan. Berdasarkan hasil observasi terhadap UMKM di Kota Jakarta, rata-rata UMKM mengalami penurunan penjualan. Kondisi penurunan penjualan juga berdampak pada penurunan pendapatan yang dialami oleh UMKM tersebut.



Gambar 2. Ragam kendala pelaku usaha di masa pandemi
 Sumber: Katadata.com

Dari gambar di atas terlihat bahwa kendala UMKM di masa pandemi terbesar yaitu di sektor pemasaran. Promosi merupakan salah satu cara yang paling mudah untuk melakukan pemasaran, yaitu dapat melalui penjualan dengan tatap muka (*personal selling*) dengan tetap menerapkan protokol kesehatan, dan dapat juga melalui periklanan (*advertising*), walaupun UMKM mengakui bahwa kegiatan promosi yang dilakukan di masa pandemi tidak berjalan lancar jika dibandingkan dengan saat masa normal.

Program PkM ini membuka kesempatan UMKM untuk tetap produktif pada masa pandemi Covid-19, dengan melakukan perubahan dalam metode promosi. Diharapkan melalui perubahan metode promosi dapat meningkatkan daya saing dan meraih peluang dengan melalui media sosial. Selain itu diperlukan juga pengetahuan dan pemahaman yang esensial terkait bentuk produk dengan metode presentasi produk melalui konten-konten digital, sehingga dapat terwujud konten promosi digital yang tepat sasaran serta efektif menjangkit minat konsumen seperti mengupload di Instagram, facebook, dan media sosial lain. Temuan penelitian Lina dan Permatasari (2020) membuktikan bahwa kinerja UMKM dapat meningkat ketika menggunakan media sosial dalam proses bisnisnya baik kinerja pemasaran maupun kinerja keuangan. Selain itu pelatihan maksimalisasi pemasaran digital lewat *fonding page* dan mengatur media sosial dengan baik pada perusahaan *startup* juga terbukti membantu dalam proses bisnis (Febrian *et al.*, 2021).

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang di gunakan dalam pelaksanaan PkM ini diawali dengan diskusi terlebih dahulu dengan pengurus Yayasan Insan Palma Sejahtera yaitu ibu Rahmawati SE, MM dalam rangka untuk menemukan permasalahan yang dihadapi UMKM binaannya. Diskusi dilakukan pada tanggal 1-2 Oktober 2021. Selanjutnya dilakukan penyuluhan secara langsung melalui zoom meeting pada hari Senin tanggal 20 Desember 2021 pk. 13.00 – 17.00 dengan topik sesuai permasalahan yang ditemui saat diskusi awal. Adapun topik penyuluhan mengenai "peningkatan kinerja UMKM melalui bidang pemasaran, di era Pandemi Covid-19". Peserta hadir sebanyak 23 orang yang merupakan pelaku UMKM binaan Yayasan Insan Palma Sejahtera di Palmerah – Jakarta Barat. Topik penyuluhan ini merupakan salah satu topik yang sangat baik sekali untuk dibahas pada masa pandemi yang sampai sekarang belum berakhir. Setelah penyuluhan, tim PkM membuka kesempatan melanjutkan dengan tanya jawab dan diskusi untuk memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai kondisi masing-masing UMKM. Peserta PkM membutuhkan solusi atas

permasalahan kinerja UMKM, khususnya pada bidang pemasaran. Tahapan yang dilakukan adalah:

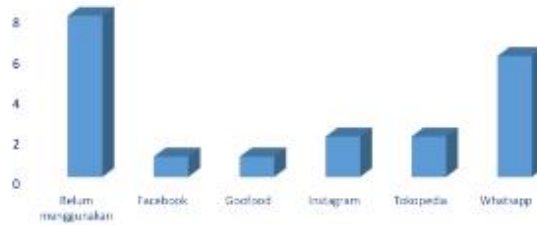


Gambar 3. Permasalahan-solusi-hasil

Peserta terlihat antusias pada sesi ini, dimana peserta berani mengajukan pertanyaan terkait masalah pemasaran produk/layanan yang mereka alami di masa Pandemi Covid-19. Tim penyuluh PKM yang terdiri dari 4 dosen, 1 alumni, 1 mahasiswa, dan 1 tenaga pendidik menjawab setiap pertanyaan peserta dengan sangat baik sehingga dapat memberikan mereka solusi yang solutif. Banyak hal baru dan menarik yang sebelumnya tidak mereka ketahui atau bayangkan bahwa promosi digital dapat dilakukan dengan sangat mudah dan *low budget*. Selama ini mereka selalu berfikir bahwa teknologi digital membutuhkan biaya besar, begitu pula dengan pemasaran melalui digital.

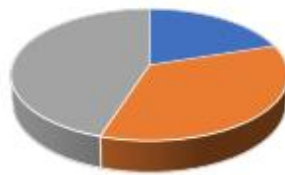
3. HASIL DAN DISKUSI

Materi penyuluhan mengenai promosi digital melalui media sosial sudah sangat sesuai dengan permasalahan peserta. Gambar 4. terlihat dari hasil kuesioner awal penyuluhan yang menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM belum menggunakan media sosial untuk promosi produk/layannya. Sehingga diyakini kegiatan PkM akan memberikan manfaat bagi peningkatan kinerja UMKM di masa Pandemi Covid-19.



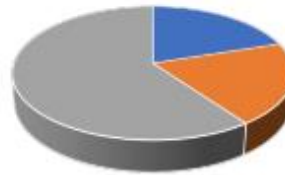
Gambar 4. Media sosial yang digunakan UMKM untuk Promosi

Hasil dari penyuluhan ini dapat memberikan pengetahuan dan kemampuan kepada peserta, dan peserta juga mendapatkan solusi dari permasalahan pemasaran produk/layanan mereka di masa Pandemi Covid-19. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner efektifitas penyuluhan yang menunjukkan bahwa: 80% peserta menyatakan penyuluhan dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan; 80% peserta menyatakan mendapatkan pengetahuan tentang cara meningkatkan kinerja UMKM dan mereka akan menerapkannya (Gambar 5 dan 6). Dari hasil kuesioner efektifitas penyuluhan juga diperoleh informasi bahwa 70% peserta puas dengan kegiatan PkM yang diselenggarakan (Gambar 7).



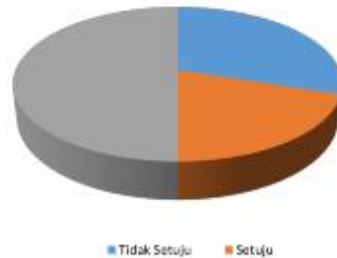
• Tidak Setuju • Setuju • Sangat Setuju

Gambar 5. Persepsi peserta mengenai materi penyuluhan meningkatkan pengetahuan dan kemampuan



• Tidak Setuju • Setuju • Sangat Setuju

Gambar 6. Persepsi peserta mengenai mendapatkan pengetahuan tentang cara meningkatkan kinerja UMKM dan akan menerapkannya



Gambar 7. Persepsi peserta mengenai kepuasan terhadap kegiatan PkM

3.1 Solusi Permasalahan

Permasalahan yang dihadapi yaitu para pelaku UMKM belum begitu mengenal promosi melalui media sosial yang ternyata lebih efisien di era pandemi Covid-19. Solusi yang dapat dilakukan yaitu memberikan penyuluhan sekaligus pendampingan membuat promosi via online. Peserta dibantu mulai dari membuat akun sampai membuat konten promosi di Instagram dan facebook, sebagai media pemasaran di era pandemi Covid-19.

Transaksi bisnis melalui internet merupakan satu fenomena bisnis baru untuk dapat meningkatkan kinerja UMKM. Salah satu manfaat internet sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa. Dari sisi finansial, pemasaran online sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha. Setiap pelaku UMKM tentu punya cara masing-masing, sesuai produk yang dipasarkannya. Namun secara garis besar, strategi yang dapat dilakukan antara lain adalah: tentukan segmentasi secara efektif, yakinkan bahwa produknya aman, lakukan inovasi produk berdasarkan kebutuhan, tetap perhatikan standar kualitas produk, buat promo yang menarik, dan menerapkan pemasaran digital.

Pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang ditempuh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Pandemi Covid-19 memiliki dampak besar terhadap segala aspek dan sektor di kehidupan masyarakat terutama pada sektor ekonomi. Kehadiran Covid-19 telah membuat situasi ekonomi diseluruh dunia memburuk. Untuk itu, kegiatan PkM ini dapat membantu permasalahan UMKM dengan diberikan penyuluhan dan pendampingan peningkatan kinerja UMKM dengan

membuat promosi via online di Instagram dan facebook, sebagai media pemasaran di era pandemi Covid-19.

3.1. Target Kegiatan

Solusi yang diberikan kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja agar memiliki omset atau pendapatan yang lebih baik lagi di masa pandemi Covid-19 yaitu dengan cara memberikan beberapa strategi dalam pemasaran seperti promosi yang dilakukan melalui media sosial seperti facebook, Instagram dan lainnya. Lebih lanjut, temuan di lapangan juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih bertransaksi secara konvensional dan belum memanfaatkan e-commerce. Komunikasi pemasaran yang dilakukan hanya mengandalkan daya tarik dari point of sales (POS), dan belum memanfaatkan media digital atau online seperti media sosial (Facebook, WhatsApp, Instagram) sebagai sarana promosi. Selain itu, tingkat kesadaran akan pentingnya menjalin relasi dengan pelanggan juga masih rendah.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM agar mampu bertahan di masa Pandemi Covid-19, yaitu strategi pemasaran melalui e-commerce dan digital promotion sebagai upaya yang dapat ditempuh oleh UMKM di masa pandemi. Selain itu, juga diperlukan penerapan Customer Relationship Management (CRM) untuk meningkatkan loyalitas pelanggan UMKM di masa pandemi.

4. SIMPULAN

Para pelaku UMKM terhadap kendala masih minimnya pengetahuan terhadap e-commerce, dan promosi digital. Potensi pemanfaatan teknologi untuk aspek pemasaran dapat dikembangkan dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kinerja UMKM dari segi pemasaran, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen dan volume penjualan melalui pemasaran media sosial. Dengan demikian UMKM dapat menjalankan bisnisnya di masa Pandemi Covid-19.

5. SARAN

Kegiatan ini dapat dilanjutkan kembali dengan memberikan pelatihan media sosial yang melibatkan penyuluh/instruktur dari latar belakang desain visual dan atau teknologi informasi.

Kemudian materi pelatihan dapat ditambahkan mengenai komunikasi visual dan komunikasi digital yang akan membantu dalam membuat konten di media sosial.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Trisakti, Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Dewan Riset dan PkM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti yang telah memberikan bantuan moril dan materil selama persiapan, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, hingga penyusunan naskah.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Bahtiar, R., A. 2021. Dampak pandemi Covid 19 terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta Solusinya. *WFO Singkat*, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. 13(10): 19-24.
- Febrian et al. 2021. Keefektifan Pengguna Mobile Learning Aplikasi HSK Online untuk Penunjang Pengayaan Media Online dimasa Pandemi. 1(2).
- Gopang, M., Nebhwani, M., Khatri, A., & Marri, H. 2017. An Assessment of Occupational Health and Safety Measures and Performance of SMEs: An Empirical Investigation. *Safety Science*. 93: 127-133. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2016.11.024>
- Lina & Permatasari. 2020. Sosial Media Capabilities dalam Adopsi Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMK., *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 13(10): 19-24. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>.
- Pariji, Wahyudi, A., Wardiningsih, S., S. 2019. Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dengan Komitmen Organisasional sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*. 13(1): 38-51.
- Subroto, S., Hapsari, I. M., & Astutie, Y. P. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kabupaten Brebes. *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi dan Humaniora*. 6(1): 337-344. <http://proceeding.unisba.ac.id/index.php/sosial/article/view/202>.

Jurnal Publikasi

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.poltektegal.ac.id Internet Source	4%
2	online-journal.unja.ac.id Internet Source	4%
3	Submitted to Universitas Siliwangi Student Paper	3%
4	lipi.go.id Internet Source	3%
5	Databoks.Katadata.Co.Id Internet Source	1%
6	www.jurnal.syntax-idea.co.id Internet Source	1%
7	finansial.bisnis.com Internet Source	1%
8	jessicahar99x1.tumblr.com Internet Source	1%
