

CHAPTER

11

**Pendampingan dan Pendaftaran
Ukm ke Marketplace Agar
Dapat Bertahan dan
Berkembang di Masa Pandemi
dan Masa yang Akan Datang**

**Alifah Ratnawati¹, Muhammad Izzul Muttaqin², Farhan Naufal Prasandi³,
Fairuz Kintan Nadhira⁴, Fauza Salsabila⁵, Fella Amalia Tazkiyah⁶**

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang

^{2,3,4,5,6} Mahasiswa KKN Tematik Covid-19 Periode XI, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata Tematik COVID-19 adalah Program Pengabdian guna membentuk kepedulian dalam memberdayakan dan mengedukasi UMKM untuk tetap bertahan dan berkembang dimasa pandemi seperti saat ini, mahasiswa/I melakukan pendampingan dengan tetap mematuhi protokol kesehatan Covid yaitu menjaga jarak fisik (Physical Distancing) dan memakai masker. Desa Kalisari adalah desa di Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Pelaksanaan kegiatan KKN Tematik Covid-19 dilaksanakan di Desa Kalisari karena lokasi KKN merupakan daerah yang berdasarkan survey yang telah dilakukan kami mendapatkan hasil bahwa sebagian warga masih kurang memahami tentang tata cara mendaftarkan, mengembangkan serta mendaftarkan produknya ke UMKM, contoh ditemukan UMKM yang baru tau tentang hal tersebut, dan banyak yang tidak memiliki handphone sehingga kita memberikan buku panduan bagi UMKM yang tidak memiliki handphone apabila jika UMKM sudah memiliki Handphone dapat mendaftarkan dan mengoprasikannya secara mandiri.

METODE

Metode yang digunakan adalah metode Luring (Luar Jaringan) yaitu dengan mendatangi dan menawarkan untuk membantu mendaftarkan UMKM di Desa Kalisari RT 01/RW 05, selain itu kita juga memberikan buku saku yang berisi tata cara mendaftarkan UMKM ke marketplace untuk UMKM yang memiliki halangan seperti tidak meiliki Handphone atau tidak paham cara menggunakan handphone atau enggan saat ingin kita bantu maka kami akan memberikan buku saku agar dapat dipelajari secara mandiri dan apabila tertarik

dapat mendaftarkan UMKM nya secara mandiri ke Marketplace. Pelaksanaan selama kegiatan dilakukan berdasarkan protokol kesehatan Covid-19 yang telah didapatkan peserta melalui pembekalan secara webinar. Capaian dalam melakukan kegiatan ini adalah UMKM dapat menjual dagangannya ke Marketplace yang dengan harapan akan meningkatkan omset dari UMKM itu sendiri, sehingga dapat bertahan bahkan berkembang di masa pandemi ini dan masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari permasalahan lapangan yang ditemukan pada kurun waktu pelaksanaan KKNT (Kuliah Kerja Nyata Tematik) Covid-19 Luring di Desa Kalisari Kecamatan Sayung Kabupaten Demak masyarakat disana masih kurang pemahamannya dalam memanfaatkan handphone dan media sosial bahkan ada sebagian warga yang hanya menggunakan handphone hanya untuk bertukar pesan dan telephon, sehingga tim KKNT mengalami kesulitan dalam menjalankan program kerja yang sudah direncanakan. Meskipun demikian kelompok kami tetap mengupayakan pencapaian yang maksimal dari apa yang telah ditargetkan. Salah satu cara yang dilakukan dengan cara sosialisasi dan membagikan buku saku yang dilaksanakan dari satu tempat UMKM ke UMKM lainnya.



Gambar 1. Pelaksanaan Program

PENUTUP

Pelaksanaan KKNT Covid-19 Luring ini masih sangat diperlukan bagi warga masyarakat. Karena dengan diadakannya kegiatan KKNT ini dapat dilakukan sosialisasi untuk UMKM mengenai pemanfaatan media sosial dan marketplace secara langsung hal ini dirasakan lebih efektif jika dibandingkan dengan sosialisasi secara virtual. Sosialisasi secara langsung dinilai lebih efektif dan efisien dikarenakan kita dapat langsung membantu untuk mendaftarkan ke marketplace. Sedangkan jika sosialisasi dilakukan secara daring atau virtual bagi

masyarakat menjadi lebih sulit untuk diikuti dikarenakan keterbatasan sarana dan prasarana seperti HP dan internet, selain itu juga menjadi kendala dalam penerapan karena keterbatasan kemampuan menyerap informasi secara virtual.

DAFTAR PUSTAKA

- Artaya, I. P. (2019). Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk bagi UMKM di Jawa Timur. *Universitas Narotoma Surabaya, April*.
- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCE : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>
- Harsono, B. (2014). *Tiap Orang Bisa Menjadi Pengusaha Sukses Melalui UMKM (Indonesian Edition)*.
- Hereen, R. (2010). *Marketplace Miracles*. Andi Publisher.
- Nathasya. (2018). Apa itu Marketplace? *Dewaweb*.
- Wicaksono, S. A. (2018). *Analisi Faktor-Faktor Mempengaruhi Pendapatan UMKM Pada Marketplace Online Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee*.