

Membangun Kewirausahaan Dengan Platform Media Sosial Bagi UMKM Di Masa Pandemi Covid-19

La Ode Abdul Wahab*

*Dosen Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Port Numbay Jayapura

Alamat Email : sian.linda@yahoo.co.id

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel:

Diterima 1 September 2024

Disetujui 30 September 2024

Keywords:

Kewirausahaan,
Media Sosial,
UMKM,
Transformasi Digital,
Pengabdian kepada Masyarakat.

ABSTRAK

Abstract : The COVID-19 pandemic has had a significant impact on the economic sector, particularly Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Decreased turnover, limited mobility, and reduced consumer purchasing power have become major challenges, especially for MSMEs in underdeveloped regions such as Papua, which still face digital infrastructure limitations. This article discusses a community service program in the form of digital training using social media platforms for MSME actors in Abepura District, Jayapura City. The training aimed to foster entrepreneurial spirit and enhance digital capacity by utilizing social media as a tool for marketing and communication. Referring to the theories of Entrepreneurial Orientation and Diffusion of Innovations, this initiative serves as a transformative strategy to improve MSME competitiveness during times of crisis. Evaluation results indicate increased participant understanding of entrepreneurship and the use of social media in business. The activity is expected to promote the growth of adaptive, inclusive, and sustainable technology-based entrepreneurship.

Abstrak : Pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan terhadap sektor ekonomi, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penurunan omzet, pembatasan mobilitas, serta rendahnya daya beli masyarakat menjadi tantangan besar, terlebih bagi UMKM di wilayah 3T seperti Papua yang masih mengalami keterbatasan infrastruktur digital. Artikel ini membahas kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan digital berbasis media sosial bagi pelaku UMKM di Distrik Abepura, Kota Jayapura. Pelatihan ini bertujuan membangun jiwa kewirausahaan dan meningkatkan kapasitas digital melalui pemanfaatan platform media sosial sebagai sarana pemasaran dan komunikasi. Mengacu pada teori *Entrepreneurial Orientation* dan *Diffusion of Innovations*, kegiatan ini menjadi strategi transformatif dalam meningkatkan daya saing UMKM di masa krisis. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap materi kewirausahaan dan penggunaan media sosial dalam bisnis. Kegiatan ini diharapkan mampu mendorong pertumbuhan kewirausahaan yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

Open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Pendahuluan

Pandemi COVID-19 merupakan krisis global yang tidak hanya berdampak pada sektor kesehatan, tetapi juga melumpuhkan berbagai aspek kehidupan, terutama di bidang ekonomi. Di Indonesia, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu yang paling terdampak. Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (2021) menunjukkan bahwa sekitar 50% UMKM mengalami penurunan omzet secara signifikan selama pandemi. Situasi ini diperburuk oleh terbatasnya mobilitas masyarakat, menurunnya daya beli, serta disrupsi pada rantai pasokan.

Tantangan tersebut semakin kompleks bagi UMKM yang berada di wilayah 3T (terdepan, terluar, dan tertinggal), termasuk di Provinsi Papua, di mana keterbatasan infrastruktur digital menjadi penghambat utama dalam proses adaptasi. Sebagai tulang punggung perekonomian nasional, UMKM tidak dapat dibiarkan

menghadapi krisis ini sendiri. Diperlukan strategi intervensi yang bersifat transformatif agar UMKM mampu bertahan, bangkit, dan tumbuh dalam situasi yang penuh ketidakpastian.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah transformasi digital, khususnya melalui pemanfaatan platform media sosial sebagai sarana promosi, distribusi, dan komunikasi. Media sosial membuka peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau konsumen secara langsung, membangun relasi yang kuat, dan menciptakan loyalitas pelanggan melalui pendekatan pemasaran berbasis komunitas (*community-based marketing*).

Berdasarkan teori *Entrepreneurial Orientation* yang dikemukakan oleh Lumpkin dan Dess (1996), keberhasilan kewirausahaan ditentukan oleh lima dimensi utama: inovasi, proaktivitas, keberanian mengambil risiko, otonomi, dan daya saing. Dalam konteks pandemi, inovasi dan proaktivitas menjadi kunci utama yang harus dimiliki pelaku UMKM untuk merespons perubahan perilaku konsumen yang kini lebih terbiasa dengan transaksi daring. Dalam hal ini, media sosial berperan sebagai alat strategis untuk mendorong inovasi model bisnis secara digital dengan biaya yang relatif rendah dan jangkauan yang luas.

Selain itu, teori *Diffusion of Innovations* dari Everett Rogers (2003) menjelaskan bahwa adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM dapat ditingkatkan melalui proses edukasi, pendampingan, dan penciptaan lingkungan yang mendukung. Tanpa adanya pengetahuan dan kepercayaan terhadap teknologi, pelaku usaha cenderung akan menolak perubahan dan tetap bertahan pada pola usaha konvensional yang semakin tidak relevan.

Dalam konteks lokal seperti di Distrik Abepura, Kota Jayapura, penguatan kapasitas digital pelaku UMKM merupakan tantangan sekaligus peluang. Tantangan karena infrastruktur teknologi dan literasi digital masih terbatas; peluang karena pasar digital membuka akses yang lebih luas ke konsumen regional, nasional, bahkan internasional. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan institusi pendidikan tinggi.

Salah satu bentuk nyata kontribusi perguruan tinggi dalam menjawab tantangan tersebut adalah melalui pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat, yang merupakan bagian integral dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pengabdian kepada masyarakat tidak hanya sekadar transfer pengetahuan, tetapi juga merupakan upaya pemberdayaan partisipatif yang mendorong kemandirian.

Kegiatan webinar bertajuk "*Membangun Kewirausahaan dengan Platform Media Sosial bagi UMKM di Masa Pandemi COVID-19*" menjadi contoh konkret intervensi akademik yang dirancang untuk menjawab kebutuhan riil masyarakat. Melalui pendekatan partisipatif dan kontekstual, pelatihan ini tidak hanya berfungsi sebagai media edukasi, tetapi juga menjadi katalisator perubahan perilaku digital di kalangan pelaku UMKM.

Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk menggambarkan secara komprehensif bagaimana pelatihan digital berbasis media sosial dapat menjadi strategi efektif dalam membangun ketahanan (*resilience*) dan daya saing UMKM di tengah krisis. Kegiatan ini diharapkan mendorong pertumbuhan kewirausahaan berbasis teknologi yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan di wilayah Papua.

Perumusan Masalah dan Strategi Kegiatan

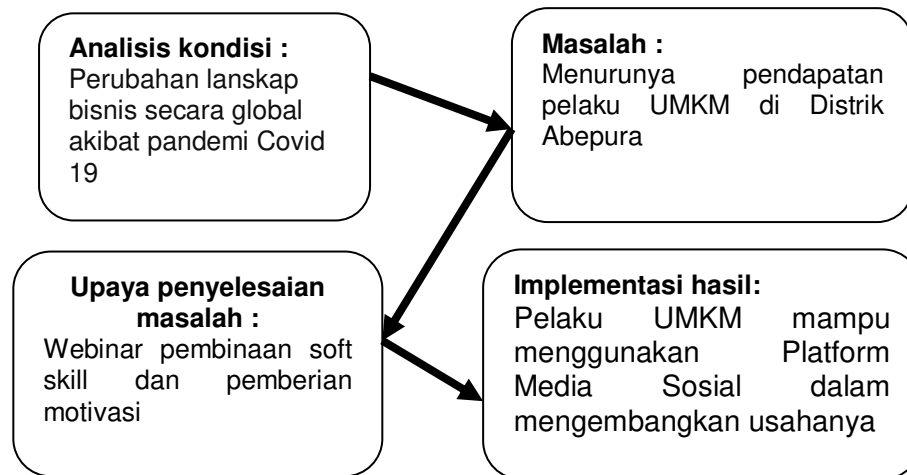
Perumusan Masalah

Dampak pandemi COVID-19 yang khususnya melanda Provinsi Papua pada pertengahan bulan Maret 2020 memberikan dampak yang sangat besar terhadap segala bidang kehidupan masyarakat, baik di bidang pendidikan, kesehatan, perekonomian, dan bidang lainnya. Sektor ekonomi seperti usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi sektor yang paling terkena dampak pandemi virus corona. Banyak UMKM yang sudah tidak beroperasi lagi atau tutup karena tidak mampu lagi membiayai operasional usahanya. Untuk itu perlunya memberikan motivasi, membangun jiwa kewirausahaan yang kuat, dan tentunya membantu usaha kecil menengah untuk bertahan dan tetap kreatif di masa pandemi COVID-19.

1. Strategi Kegiatan

Gambaran strategi kegiatan dalam upaya pemecahan masalah dalam bentuk bagan atau desain melalui "Membangun Kewirausahaan Dengan Platform Media Sosial Bagi UMKM di Masa Pandemi COVID-19" sebagai berikut :

Gambar 1. Alur Pemecahan Masalah Dalam Bentuk Bagan



Tujuan

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu masyarakat mengembangkan dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang kuat sehingga membantu mereka tetap kreatif di masa pandemi COVID-19.

Manfaat

Manfaat dari kegiatan ini adalah membantu masyarakat memahami situasi perekonomian saat ini dan memberikan solusi terhadap permasalahan masyarakat terkait upaya masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat di masa pandemi COVID-19.

Dampak Kegiatan Yang Diharapkan

Dampak yang diharapkan dari pelaksanaan kegiatan webinar Membangun Kewirausahaan Dengan Platform Media Sosial Bagi UMKM di Masa Pandemi COVID-19 adalah lahirnya motivasi yang kuat dan semangat kreativitas yang tiada henti, serta solusi untuk membantu mereka bertahan dan menjadikan bisnis mereka lebih tangguh, bahkan dalam keadaan yang paling sulit, terutama selama pandemi COVID-19.

Target Luaran

Adapun Luaran atau output yang diharapkan dari hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah:

- Meningkatkan pengetahuan dan wawasan masyarakat tentang bagaimana agar tetap berkreaitifitas dimasa pandemic covid 19 ini.
- Meningkatkan jumlah pemakai / pengguna market place atau penjualan online dalam meningkatkan kuantitas penjualan.
- Meningkatkan jumlah wirausaha yang menggunakan media online.
- Memberikan motivasi kepada masyarakat untuk terus berinovasi agar dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat.

Solusi

Pembatasan mobilitas dan penutupan bisnis fisik telah mengakibatkan penurunan drastis dalam penjualan dan pendapatan UMKM. Banyak dari mereka dihadapkan pada tantangan kelangsungan hidup yang signifikan. Pada masa pandemi, konsumen beralih ke platform online untuk memenuhi kebutuhan mereka. Inovasi dalam model bisnis dan penggunaan teknologi menjadi kunci dalam menjawab perubahan ini. Salah satu solusi yang untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan melakukan penguatan UMKM dengan memberikan motivasi dan pelatihan agar mereka tetap lanjut melaksanakan usahanya selama masa pandemic. Salah satu yang kontribusi perguruan tinggi dalam mengatasi masalah tersebut adalah melalui kegiatan Tridharma perguruan tinggi yaitu kegiatan pegabdian kepada masyarakat dengan metode webinar yang

bertemakan Membangun Kewirausahaan Dengan Platform Media Sosial Bagi UMKM di Masa Pandemi COVID-19.

Metode Kegiatan

Bentuk kegiatan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini berupa kegiatan pelatihan ini adalah paparan atau presentasi dari panelis dan Tanya jawab melalui Zoom. Pelaksanaan kegiatan ini terdiri 3 (tiga) urutan tahapan kegiatan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

Tahap Persiapan Pelatihan

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

- 1) Pada tahap awal sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan di lapangan, Anggota Tim melakukan *survey* lokasi.
- 2) Hasil *survey* anggota tim mengadakan rapat dalam rangka mempersiapkan pembuatan proposal kegiatan yang akan dilaksanakan.
- 3) Pelaksana kegiatan mengajukan proposal rencana kegiatan Kepada Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat STIE Port Numbay Jayapura.
- 4) Hasil review dari tim reviewer proposal Pengabdian Kepada Masyarakat, kemudian dilanjutkan dengan pengajuan pelaksanaan kegiatannya.
- 5) Mempersiapkan tempat dan peralatan yang dibutuhkan seperti :
 - a) Penentuan jadwal kegiatan
 - b) Pembuatan dan penyebaran undangan peserta

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap ini, pelaksanaan kegiatan dibagi dalam 2 (dua) sesi kegiatan yaitu :

- a. Peserta terlebih dahulu diberikan materi pelatihan berupa *Soft Copy* materi
- b. Melakukan pelatihan *soft skills* dalam bentuk ceramah dan dilanjutkan dengan metode tanya jawab.

Tahap Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dibagi menjadi 3 tahapan yaitu:

- a. Evaluasi Struktur, hal-hal yang diperhatikan dalam tahap ini adalah sebagai berikut:
 - a) 95% peserta hadir tepat waktu dalam kegiatan ini.
 - b) Media dan alat yang tersedia sesuai dengan perencanaan.
 - c) Peran dan fungsi masing-masing sesuai dengan yang direncanakan.
 - d) Setting Pelaksanaan Webinar
- b. Evaluasi Proses, hal-hal yang diperhatikan dalam tahapan ini adalah sebagai berikut:
 - a. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan sesuai dengan waktu yang direncanakan.
 - b. Peserta dapat mengikuti acara sampai selesai.
 - c. Peserta mengikuti proses dengan aktif.
 - d. Peserta tidak ada yang meninggal tempat selama proses.
 - e. 80% dari peserta yang hadir aktif dan antusias selama kegiatan berlangsung.
- c. Evaluasi hasil, hal-hal yang diperhatikan dalam tahapan ini adalah sebagai berikut:
 - a) 70% memahami penyajian materi tentang membangun kewirausahaan di masa pandemi Covid 1
 - b) 70% memahami penyajian materi tentang Pemanfaatan *Platform* Media Sosial Untuk UMKM.

Hasil Kegiatan

Pandemi COVID-19 merupakan peristiwa luar biasa yang mengguncang sistem sosial dan ekonomi secara global. Di Indonesia, gelombang dampaknya begitu luas hingga menyentuh berbagai sektor, mulai dari kesehatan, pendidikan, hingga ekonomi. Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Keuangan, telah mengidentifikasi sejumlah dampak utama dari pandemi terhadap perekonomian nasional. Menteri Keuangan, Sri Mulyani Indrawati, menyatakan bahwa pandemi memunculkan tiga dampak besar yang bersifat sistemik dan saling berkaitan.

Pertama, konsumsi rumah tangga sebagai penggerak utama Produk Domestik Bruto (PDB) mengalami penurunan drastis akibat menurunnya daya beli masyarakat. Pembatasan sosial berskala besar (PSBB), ketidakpastian ekonomi, dan kekhawatiran terhadap risiko kesehatan membuat banyak keluarga menunda konsumsi, terutama untuk barang dan jasa non-esensial.

Kedua, sektor investasi melemah karena para investor cenderung menahan ekspansi usaha. Ketidakpastian hukum, ekonomi, dan kesehatan membuat risiko bisnis meningkat, sehingga minat investasi menurun baik dari dalam maupun luar negeri. Banyak proyek usaha, termasuk skala kecil dan menengah, mengalami penundaan atau bahkan pembatalan karena keterbatasan dana dan mobilitas.

Ketiga, sektor ekspor terdampak oleh pelemahan ekonomi global. Ketergantungan Indonesia pada pasar luar negeri menyebabkan perlambatan perdagangan internasional, sehingga banyak pelaku usaha kehilangan pelanggan dari luar negeri. Rantai pasok global terganggu, produksi melambat, dan penyerapan produk menurun drastis.

Semua dampak tersebut secara langsung maupun tidak langsung memukul UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional. UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja. Namun demikian, posisi mereka yang terbatas secara permodalan, akses pasar, dan teknologi membuat UMKM menjadi kelompok yang paling rentan dalam menghadapi krisis.

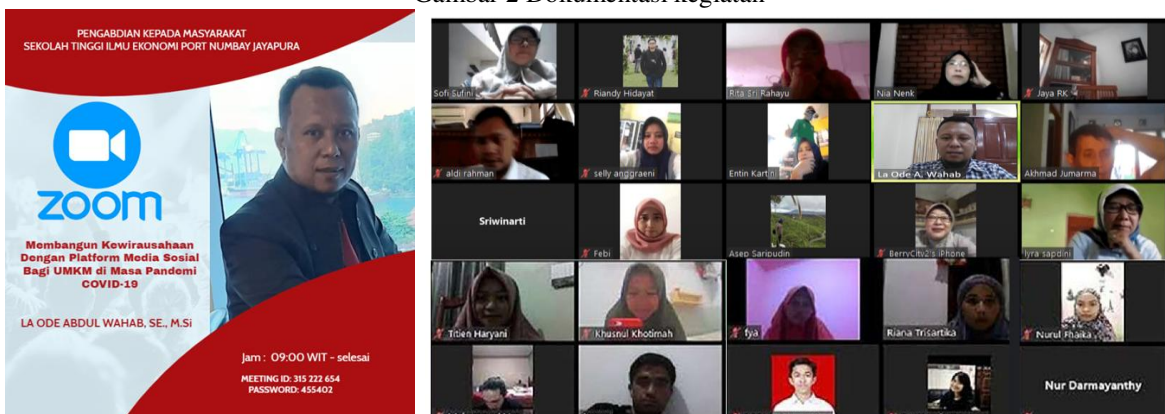
Di Papua, khususnya wilayah Distrik Abepura, dampak pandemi terhadap UMKM dirasakan lebih kompleks karena tumpang tindih dengan keterbatasan struktural lainnya. Infrastruktur digital yang belum merata, rendahnya literasi digital, dan keterisolasian geografis membuat pelaku usaha kecil sulit beradaptasi dengan perubahan mendadak menuju digitalisasi. UMKM lokal seperti katering rumahan, usaha garmen, toko kelontong, dan jasa informal mengalami penurunan omset drastis, kehilangan pelanggan, dan banyak yang terpaksa menutup usaha.

Berdasarkan survei lapangan dan diskusi selama kegiatan pengabdian, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM menghadapi masalah yang sama, yaitu rendahnya kemampuan untuk memasarkan produk secara daring. Beberapa peserta menyampaikan bahwa mereka kehilangan pendapatan utama keluarga karena suami atau anggota keluarga lain terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), sementara usaha rumahan mereka tidak mampu menopang kebutuhan hidup secara penuh.

Sebagai respon terhadap kondisi tersebut, program pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan bertajuk "*Membangun Kewirausahaan dengan Platform Media Sosial bagi UMKM di Masa Pandemi COVID-19*" dilaksanakan secara daring. Kegiatan ini melibatkan 25 pelaku UMKM dari Distrik Abepura dengan latar belakang usaha yang beragam. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kapasitas digital, mendorong semangat kewirausahaan, dan memfasilitasi pelaku UMKM agar mampu beradaptasi melalui strategi digital.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 70% peserta memahami materi tentang kewirausahaan dan penggunaan media sosial dalam pengembangan usaha. Ini menunjukkan adanya peningkatan literasi digital dan kesiapan untuk bertransformasi. Pelatihan ini membekali peserta dengan wawasan praktis tentang penggunaan platform seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan YouTube sebagai media pemasaran. Para peserta diarahkan untuk membuat akun bisnis, menyusun konten promosi, dan memahami strategi keterlibatan pelanggan (*engagement*).

Gambar 2 Dokumentasi kegiatan



Media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi platform strategis dalam membangun relasi pasar, memperluas jangkauan, dan menciptakan loyalitas pelanggan. Penggunaan media sosial memungkinkan UMKM untuk mengatasi hambatan geografis, waktu, dan biaya distribusi. Bagi UMKM di wilayah seperti Papua, teknologi digital membuka jalan keluar dari keterbatasan lokal menuju pasar nasional bahkan global.

Dari sisi perilaku, media sosial juga menjawab kebutuhan konsumen modern yang semakin digital-savvy dan menginginkan kecepatan serta kemudahan dalam berinteraksi dan bertransaksi. Oleh karena itu, pelatihan ini tidak hanya menjadi respon jangka pendek terhadap krisis, tetapi juga investasi jangka panjang dalam proses pemberdayaan UMKM yang berkelanjutan.

Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM di Distrik Abepura mampu mengoptimalkan potensi media sosial sebagai strategi adaptif dalam menjalankan usaha di tengah dan pasca pandemi. Mereka diharapkan lebih percaya diri dalam memasarkan produknya secara digital, menjalin jejaring baru, dan meningkatkan pendapatan secara mandiri. Dengan demikian, pengabdian ini bukan hanya sebagai bentuk respons terhadap krisis, tetapi juga sebagai fondasi menuju transformasi ekonomi lokal yang berbasis teknologi, inklusif, dan resilien.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil evaluasi, diketahui bahwa sekitar 70% memahami penyajian materi tentang membangun kewirausahaan di masa pandemi Covid 1, dan sekitar 70% memahami penyajian materi tentang Pemanfaatan Platform Media Sosial Untuk UMKM. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan para pelaku UMKM di wilayah Distrik Abepura bisa lebih mengoptimalkan dan meningkatkan pengetahuan mengenai sistem pemasaran digital atau sistem pemasaran online, sebab melalui sistem pemasaran digital atau sistem pemasaran online produk-produk dari UMKM akan dapat lebih dikenal oleh masyarakat, pemesanan bisa dilakukan secara online, sehingga dapat memudahkan pembeli dan pelaku UMKM dalam bertransaksi jual beli ditengah pandemi covid-19 saat ini.

Rekomendasi

Perlunya Kolaborasi Sosial Bersekala Besar antara pemerintah dan pihak swasta dan perguruan Tinggi ini agar benar-benar dapat dirasakan dan bermanfaat untuk para wirausaha agar dapat terus memberikan pelatihan dan motivasi, sarana dan prasarana dan donasi dalam bentuk materiil kepada para wirausaha agar dapat terus berkreatifitas dan berinovasi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian dalam berwirausaha dimasa pandemic covid 19 ini.

Daftar Pustaka

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). *Data dan Informasi UMKM Tahun 2021*. Jakarta: Deputi Bidang Usaha Mikro.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Sri Mulyani Indrawati. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. <https://www.kemenkeu.go.id>
- Wahab, L. O. (2024). Membangun Kewirausahaan dengan Platform Media Sosial bagi UMKM di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Cendisia: Cendekia Sosial dan Pengabdian*, 1(2), 8–15. <https://doi.org/10.55049/cnd.v1i2.12>