

## **Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah yang Terkena Dampak Pandemi Covid-19 Berbasis Modal Sosial di Kelurahan Pondok Pucung Kota Tangerang Selatan**

**Mawar<sup>1</sup>, Abdul Rahman<sup>1\*</sup>, Dini Gandini Purbaningrum<sup>1</sup>, dan Gilang Ramadhan<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta

\* [abdul.rahman@umj.ac.id](mailto:abdul.rahman@umj.ac.id)

**Abstrak:** Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) imbas dari pandemi selama hampir 2 tahun terakhir menjadi fokus dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pandemi telah mengakibatkan kehidupan ekonomi masyarakat, terutama usaha-usaha mikro menurun pendapatannya, bahkan sampai gulung tikar. Hal tersebut terutama disebabkan akses mereka untuk memasarkan hasil produksinya sangat terbatas. Kondisi masyarakat di Kelurahan Pondok Pucung pra pandemi Covid-19 banyak yang mengakses sumber ekonomi dengan berjualan keluar rumah, diantaranya: menjual kerupuk, kacang, dan berbagai macam kuliner lainnya. Keluarga mereka menggantungkan hidup dari usaha kuliner tersebut. Pada masa pandemi, tentu akses mereka untuk keluar berjualan terbatas karena faktor keselamatan untuk tidak tertular virus Covid-19 yang mesti diutamakan. Metode berjualan berubah dengan berjualan dari rumah dengan akses pemasaran yang sangat terbatas. Tentunya hal tersebut membuat pendapatan mereka menurun bahkan sangat minim. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada bulan Desember 2021 hingga Februari 2022. Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa sosialisasi pemanfaatan modal sosial dalam pemasaran hasil usaha, pembinaan pengemasan produk usaha mereka agar menarik di pasaran dan bisa bersaing dengan produk lainnya yang sejenis, pengenalan dan pendampingan pemasaran melalui media sosial, serta penguatan jejaring sosial yang ada di masyarakat. Hasil pengabdian masyarakat menemukan bahwa setelah dilakukan pendampingan, kapasitas UMKM untuk memanfaatkan modal sosial untuk survive di tengah pandemi mengalami peningkatan. Hal itu ditunjukkan dengan meningkatnya kesadaran untuk memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk memperluas skop pemasaran dan mengubah desain kemasan produk menjadi lebih inovatif dan menarik.

**Kata Kunci:** Modal Sosial; Pemberdayaan; Pandemi; UMKM; Tangerang Selatan

**Abstract:** For nearly two years, the focus of this community service activity has been the empowerment of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) as a result of the pandemic. The pandemic has caused the community's economic life, particularly micro-enterprises, to suffer, with some even going bankrupt. This is primarily due to their minimal ability to market their products. The pre-Covid-19 pandemic condition of the community in Pondok Pucung Village, many access economic resources by selling outside the home, including crackers, peanuts, and various other culinary delights. Their families rely on the culinary industry for a living. Of course, during the pandemic, their access to selling is limited due to the safety factor of not becoming infected with the Covid-19 virus, which must be prioritized. Selling from home with very limited marketing access has changed the selling method. Of course, this reduces their income to a bare minimum. This community

*This is open access article under the CC-BY-SA license*



*service project will run from December 2021 to February 2022. This community service activity takes the form of socializing the use of social capital in marketing business products, encouraging the packaging of their business products so that they are appealing in the market and can compete with other similar products, and providing introduction and marketing assistance utilizing social media, as well as by strengthening. The findings of community service revealed that after mentoring, the ability of MSMEs to use social capital to survive during a pandemic had improved. This is evidenced by the growing recognition of the significance of utilizing various social media platforms to broaden the scope of marketing and change product packaging designs to be more innovative and appealing.*

**Keywords:** *Social Capital; Empowerment; Pandemic; UMKM; South Tangerang City*

© 2022 Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat

**Received:** 27 April 2022      **Accepted:** 28 Mei 2022      **Published:** 9 Juni 2022

**DOI** : <https://doi.org/10.20527/btjpm.v4i2.5320>

**How to cite:** Mawar, M., Rahman, A., Purbaningrum, D. G., & Ramadhan, G. (2022). Pemberdayaan usaha mikro kecil menengah yang terkena dampak pandemi covid-19 berbasis modal sosial di kelurahan pondok pucung kota tangerang selatan. *Bubungan Tinggi Jurnal Pengabdian Masyarakat*,4(2), 691-698.

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 menimbulkan pelbagai eksternalitas di masyarakat (Mawar, Andriyani, Gultom, & Ketiara, 2021), dari sisi ekonomi usaha-usaha mikro yang selama ini menjamur tumbuh dan berkembang di berbagai daerah juga terkena imbasnya karena banyak yang gulung tikar. Aktivitas ekonomi masyarakat saat sekarang menjadi begitu sempit seiring kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat. Selain itu, pandemi membuat sebagian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melemah. Hal itu disebabkan oleh keterbatasan pemasaran produk mereka karena akses untuk memasarkan keluar relatif terhambat.

Padahal UMKM merupakan salah satu pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia (Rudiatin, Rahman, Equatora, & Sulhan, 2021), karena berkontribusi terhadap PDB sebesar 8.573,89 triliun rupiah, atau senilai 61,07%. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia mampu menghimpun hingga 60,4% dari total investasi nasional, bahkan mampu menyerap total tenaga kerja sebesar 97%

(PEREKONOMIAN & INDONESIA, 2021). Sektor UMKM juga turut berkontribusi terhadap perbaikan ekonomi di Indonesia, hal itu terlihat dari kapabilitasnya dalam menyumbang 97% tenaga kerja dan mengakomodir nilai investasi sebesar 60,4% secara nasional (Kompas.com, 2022)

Oleh sebab itu, sektor UMKM perlu didukung oleh berbagai pihak agar sektor dapat bangkit dengan signifikan. Dukungan dan perhatian dimaksud tidak harus berupa materi atau suntikan modal, dan tidak selalu dari pemerintah, akan tetapi masyarakat sekeliling yang memiliki kapasitas lebih, dalam hal ini termasuk akademisi perlu turun tangan membantu para pelaku usaha tersebut. Bentuknya dapat seperti memberikan sosialisasi, pendampingan, pembinaan agar para pelaku UMKM mampu survive di tengah pandemi Covid-19 dan bisa bangkit kembali menata usaha dengan segala keterbatasan yang ada.

Atas dasar kondisi tersebut, maka tim akademisi dari Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) melaksanakan program pemberdayaan masyarakat berbasis modal sosial dalam

bentuk sosialisasi, pendampingan, dan pembinaan terhadap UMKM yang berdomisili di Kelurahan Pondok Pucung pada Kota Tangerang Selatan. Argumen pemilihan lokasi kegiatan dilatarbelakangi bahwa berbagai usaha-usaha kuliner (panganan/cemilan) memiliki prospek untuk dikembangkan. Namun menghadapi pandemi Covid-19 saat sekarang, beberapa UMKM mengalami penurunan pendapatan yang cukup memprihatinkan.

Hal tersebut disebabkan keterbatasan ruang gerak mereka dalam memasarkan produknya, yang semula mereka bisa memasarkan produknya ke sekolah-sekolah atau pusat perbelanjaan, namun karena sekolah diliburkan akhirnya mereka memasarkan terbatas melalui jejaring sosial yang terbatas pada tetangga (informasi pemasaran dari mulut ke mulut) kemudian melalui media WhatsApp (WA). Kemampuan mereka untuk memasarkan secara online dengan memanfaatkan media sosial pun masih terbatas, hal ini terutama dipengaruhi oleh tingkat literasi digital mereka yang relatif rendah, sehingga untuk mengakses pemanfaatan teknologi informasi terbatas. Proses pemasaran dominan masih bersifat tradisional.

Di sisi lain, kemasan produk mereka juga masih sangat konvensional, misalnya dikemas dengan plastik biasa saja, jadi meskipun dipasarkan secara online juga akan kalah bersaing dengan produk-produk yang dikemas dengan kemasan yang menarik dan bermerek. Oleh karena itu, sangat perlu dilakukan pendampingan dan pembinaan terhadap UMKM dalam bentuk metode pengemasan dan pemasaran produk. Strategi pemasaran produk yang tak kalah efektifnya adalah melalui optimalisasi potensi modal sosial di masyarakat.

Di Kelurahan Pondok Pucung, terdapat kelompok-kelompok masyarakat berbasis kedaerahan, paguyuban-paguyuban yang memiliki

orientasi kegiatan yang sama, kelompok-kelompok keagamaan (majelis taklim), yang tentunya kelompok-kelompok masyarakat atau paguyuban-paguyuban tersebut apabila dimanfaatkan menjadi salah satu sarana pemasaran yang efektif membantu pelaku-pelaku usaha tersebut untuk bangkit kembali, tidak sampai usaha-usaha tersebut gulung tikar, minimal pendapatan dari hasil usaha mereka mampu untuk menghidupi keluarganya. Perilaku guyub tersebut merupakan salah satu cerminan dari modal sosial.

Modal sosial memiliki role tidak kalah krusialnya dibanding modal keuangan, modal fisik, ataupun modal keterampilan. Modal sosial juga dapat menstimulus peningkatan kapabilitas masyarakat untuk mengembangkan usaha-usaha kreatif (Usman, 2015). Penting untuk mengoptimalkan modal sosial karena memiliki kontribusi yang positif bagi kelangsungan usaha/UMKM. Kontribusi dalam mempertahankan kelangsungan usaha terkait dengan kelangsungan proses pemasaran, produksi, dan permodalan (Hasanah, Nurhadi, & Rahman, 2020).

## **METODE**

Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini yakni pada minggu pertama melakukan pendekatan sosial ke para pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Pondok Pucung, Kota Tangerang Selatan. Setelah ada kesamaan persepsi, tahapan selanjutnya adalah melakukan sosialisasi pemanfaatan modal sosial. Dalam hal ini adalah pemanfaatan jejaring sosial seperti paguyuban-paguyuban, kelompok-kelompok yang berbasis kedaerahan, kelompok-kelompok keagamaan (kelompok pengajian, majelis taklim), kelompok-kelompok arisan dan lainnya, dalam proses pemasaran hasil produk.

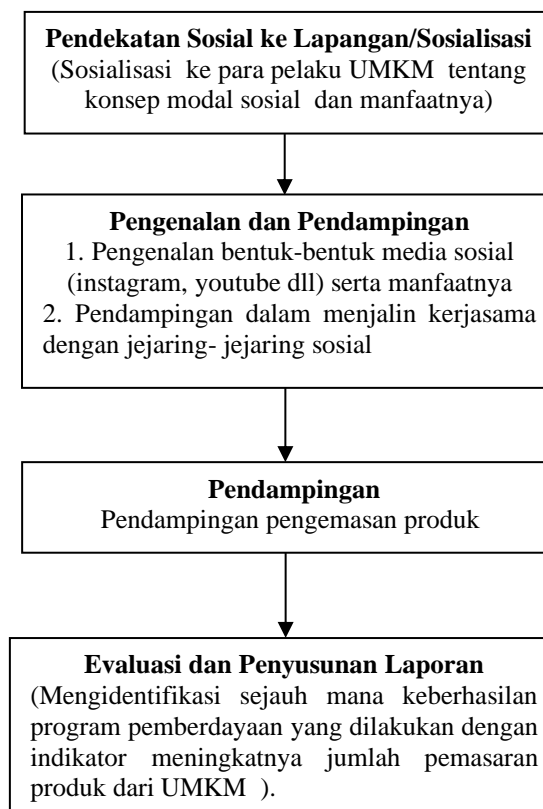
Kemudian diadakan pendampingan dan pembinaan pengemasan produk

usaha mereka agar menarik di pasaran dan bisa bersaing dengan produk lainnya yang sejenis (membantu mendesain kemasan produk dengan label/merek), setelahnya diadakan pendampingan pemasaran melalui media sosial (sosialisasi pengenalan dan pemanfaatan media sosial seperti: Instagram, Youtube, Facebook dalam pemasaran produk), mengingat berbagai saluran meda sosial tersebut sangat baik untuk memperluas skala dan ruang lingkup pemasaran (Ramadhan, Chaelani, Yulianti, & Rahman, 2021). Hal itu dilakukan karena selama ini dari hasil observasi, mayoritas pelaku usaha tersebut masih awam tentang media sosial dan manfaatnya, kebanyakan dari mereka menggunakan smartphome, tetapi hanya memanfaatkan aplikasi WhatsApp (WA) untuk pemasaran.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Implikasi yang dihasilkan dari pandemi Covid-19 pada para pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Pondok Pucung, Kota Tangerang Selatan perlu mendapat perhatian serius. Salah satu langkah yang efektif dilakukan yakni pemberdayaan berbasis modal sosial.

Terdapat beberapa tahapan dalam kegiatan pemberdayaan yang dilakukan, antara lain: pendekatan sosial ke lapangan/sosialisasi, pengenalan dan pendampingan, pendampingan (pengemasan produk), serta evaluasi dan penyusunan laporan. Rincian tahapan tersebut tertera pada Gambar 1.



Gambar 1 Tahapan Kegiatan Pemberdayaan

Penjelasan dari gambar tersebut sebagai berikut:

#### **Sosialisasi Penguatan Kelompok, Jejaring Sosial dan Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial.**

Sejak lama masyarakat di Indonesia familiar dengan hidup berkelompok, baik secara formal atau non-formal. Kelompok/komunitas termasuk modal sosial paling esensial di Indonesia. Pemberdayaan kelompok/komunitas mampu mentrigger solidaritas dalam

memecahkan problem, khususnya dalam kondisi kontemporer, yakni *mensupport* pihak (masyarakat) yang terimbas implikasi pandemi Covid-19, terkhusus pada dampak ekonomi yang ditimbulkan. Partisipasi kelompok-kelompok/paguyuban-paguyuban yang ada dibutuhkan dalam merekonstruksi kolektivitas dalam memerangi wabah dan dampak dari wabah tersebut.

Selanjutnya, jejaring antar kelompok mesti dioptimalisasi agar mampu mengkonstruksi dan meningkatkan potensinya. Penguatan jejaring sosial yang dilaksanakan di Kelurahan Pondok Pucung yang dilakukan kepada kelompok pengajian, Majelis Taklim, kelompok-kelompok arisan dan paguyuban-paguyuban kedaerahan. Berikut dokumentasi pendampingan pemanfaatan modal sosial tertera pada Gambar 2.



Gambar 2 Dokumentasi Pendampingan Pemanfaatan Modal Sosial

Elemen-elemen modal sosial yang Diterapkan pada Kegiatan ini yakni: *Saling Percaya dan Solidaritas*

Membangun kepercayaan diantara masyarakat untuk saling membantu. Hal itu didasari oleh kesadaran bahwa secara prinsip manusia adalah makhluk komunal, yang tidak mungkin hidup tanpa dukungan orang lain. Menumbuhkan kepercayaan bahwa dengan membantu sesama akan bermanfaat untuk kehidupan diri sendiri. Kepercayaan ini, pada gilirannya mampu menumbuhkan solidaritas, baik individu maupun kolektif. Solidaritas merupakan energi

sosial untuk menghadapi pandemi Covid-19. Solidaritas antar warga dapat membangun kekuatan di tingkat masyarakat. Pada kegiatan ini dilakukan sosialisasi dan pembinaan tentang pentingnya menumbuhkan kepercayaan (*trust*) diantara sesama masyarakat.

#### *Gotong Royong dan Kerja Sama*

Gotong-royong adalah modal sosial yang sudah mengakar dan merupakan warisan leluhur bangsa Indonesia. Partisipasi individu dan kelompok diperlukan untuk mengatasi dampak dari pandemi Covid-19. Kerja sama diperlukan dari pelaku usaha agar pelaku usaha yang memiliki usaha sejenis bisa tetap *survive* di tengah pangsa pasar yang menurun. Pelaku yang memiliki omset besar mesti mengulurkan tangan untuk membantu pelaku usaha kecil agar mereka tetap bisa bertahan di masa pandemi. Pada kegiatan ini akademisi berperan sebagai fasilitator yang memfasilitasi kerja sama pelaku-pelaku UMKM dengan kelompok-kelompok masyarakat, paguyuban-paguyuban yang ada di Kelurahan Pondok Pucung.

#### *Informasi dan Komunikasi*

Subdimensi ini memainkan peranan penting untuk mengatasi infodemic yang mewabah di berbagai media sosial. Dalam hal ini, virus virtual tersebut sering menjadi pemicu kegaduhan di media sosial. Infodemic ini justru bisa lebih berbahaya dibanding pandemi Covid-19 itu sendiri. *Hoaks* contohnya. Masifnya penyebaran *hoaks* terkait Covid-19 dengan sendirinya akan memicu kepanikan masyarakat dan mengganggu sistem sosial ekonomi secara nasional.

Dengan keterbukaan informasi dapat membuat masyarakat melakukan mitigasi risiko secara mandiri. Informasi tertutup, simpang-siur dan samar hanya akan menciptakan kepanikan atau ketidakpedulian. Pada kegiatan ini komunikasi dan informasi diolah menjadi bahan untuk strategi pemasaran

produk dari pelaku usaha-usaha mikro yang ada di Kelurahan Pondok Pucung.

Lin menyatakan bahwa modal sosial berharga karena memberikan individu dalam sistem organisasi, institusi atau masyarakat dengan banyak keuntungan seperti: memfasilitasi arus informasi, memberikan pengaruh pada agen yang membuat keputusan, memberikan individu dengan kredensial sosial, membangun identitas dan pengakuan bagi individu (Abidin, 2014; Cahyono & Adhiatma, 2022; Isabelle & Heslop, 2014). Dengan pemberdayaan melalui modal sosial maka akan dapat meningkatkan efisiensi tindakan dan mendorong perilaku kooperatif diantara para pelaku usaha.

#### *Keeratan Sosial dan Kebersamaan*

Subdimensi ini berkaitan dengan keeratan sosial, upaya meredam konflik sebagai akibat dari berbagai macam perbedaan diantara warga masyarakat, serta ada tidaknya diskriminasi terhadap akses layanan publik. Keeratan sosial diperlukan agar pandemi Covid-19 tidak memicu terjadinya konflik, baik konflik SARA, konflik identitas, maupun konflik ekonomi. Permasalahan ekonomi biasanya memiliki efek domino terhadap permasalahan sosial. Keeratan sosial diperlukan untuk meredam efek domino tersebut. Dalam hal ini, keeratan sosial akan berkaitan dengan keeratan ekonomi.

Keeratan ekonomi akan menjaga masyarakat dari potensi konflik ekonomi. Keeratan sosial ekonomi juga bermakna pihak yang tidak terdampak secara ekonomi membantu tetangganya yang terdampak. Pada tahap ini dilakukan dengan pendampingan dan pembinaan. Pemanfaatan modal sosial dalam kelangsungan usaha bertumpu pada pendayagunaan relasi dan kohesi sosial (Fathy, 2019; Nurdiana, 2021).

#### **Optimalisasi Modal Sosial Melalui Pendampingan dalam Desain Kemasan Produk**

Selain membantu strategi pemasaran, juga akan dilakukan pendampingan dalam pengemasan produk mereka agar tampilannya menarik untuk dipasarkan. Hal tersebut menjadi urgensi karena selama ini mereka mengemas produk masih dalam bentuk yang tradisional.

Hal tersebut secara otomatis kurang menarik perhatian pelanggan maupun calon pelanggan. Tampilan produk sebelum pendampingan desain kemasan produk terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Tampilan Produk Sebelum Pendampingan Desain Kemasan Produk

Pada Gambar 3, tertera jelas bahwa sebelum diberikan pendampingan (edukasi), kemasan produk terbatas pada penggunaan plastik saja. Namun demikian, setelah diberikan pendampingan hasilnya menjadi lebih baik (tertera pada Gambar 4).



Gambar 4 Tampilan Produk Setelah Redesain Label/Merk

## SIMPULAN

Pemberdayaan berbasis modal sosial terhadap masyarakat yang terkena dampak pandemi Covid-19 merupakan salah satu strategi yang potensial untuk dikembangkan dalam rangka memulihkan UMKM yang ada di Kelurahan Pondok Pucung Kecamatan Pondok Aren Kota Tangerang Selatan. Modal sosial merupakan modal yang dapat digunakan sebagai kekuatan penggerak dalam pemberdayaan.

Modal sosial memberi dukungan kepada masyarakat untuk melakukan tindakan secara bersama-sama dan timbal balik yang diperoleh. Modal sosial merupakan alternatif bentuk modalitas yang bermanfaat bagi masyarakat untuk memperoleh baik keuntungan ekonomi maupun manfaat sosial. Modal sosial memiliki sinergi dengan prinsip-prinsip di dalam paradigma pembangunan inklusif berkelanjutan. Pemberdayaan masyarakat terutama terhadap pelaku UMKM yang mengafiliasi modal sosial mesti diimplementasikan secara lebih *bottom up* karena menitikberatkan pada masyarakat bukan hanya sebagai objek, tetapi juga sebagai subjek dari pembangunan itu sendiri.

Pemberdayaan masyarakat yang baik hendaknya melekat pada pelaksanaannya, upaya pemberdayaan yang tampak antara pemberi daya dan penerima daya. Dalam konteks UMKM di Kelurahan Pondok Pucung Kecamatan Pondok Aren Kota Tangerang Selatan, terjadi perubahan (transformasi), terutama dari sisi pemasaran. Hal itu terlihat dari inovasi pengemasan produk, serta peningkatan *awareness* agar saluran pemasaran diperluas ke berbagai kanal media sosial seperti: YouTube, Facebook, dan Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

Abidin, D. (2014). Modal sosial dan dinamika usaha mikro kecil. *Masyarakat: Jurnal Sosiologi*, 69-85.

Cahyono, B., & Adhiatma, A. (2022). Peran modal sosial dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat petani tembakau di Kabupaten Wonosobo. In *Conference In Business, Accounting, And Management (CBAM)* (Vol. 1, No. 1, pp. 131-144).

Fathy, R. (2019). Modal sosial: Konsep, inklusivitas dan pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1-17.

Hasanah, T. U., Nurhadi, N., & Rahman, A. (2020). Modal sosial dan strategi kelangsungan usaha sektor informal pedagang kaki lima pada era pandemi covid-19. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(2), 109-110.

Isabelle, D. A., & Heslop, L. A. (2014). The role of social capital in international scientific collaborations: evidence from a multi-country survey. *International Journal of Technology and Globalisation*, 7(4), 259-287.

Kompas.com. (2022). Pentingnya peran dan kontribusi umkm dalam pemulihan ekonomi indonesia. Retrieved from Pentingnya Peran dan Kontribusi UMKM dalam Pemulihan Ekonomi Indonesia

Mawar, M., Andriyani, L., Gultom, A., & Ketiara, K. (2021). Dampak sosial ekonomi kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (ppkm) di indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1(1).

Nurdiana, D. J. (2021). Social capital dan etika lingkungan dalam komunitas pemberdayaan masyarakat pada wilayah sungai citarum. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 373-380.

Perekonomian, K. K. B., & indonesia, r. (2021). umkm menjadi pilar penting dalam perekonomian indonesia. Retrieved from <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2>

- 969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia  
Ramadhan, K. A., Chaelani, S., Yulianti, Y., & Rahman, A. (2021). Pemberdayaan umkm jahe merah buntik dengan penggunaan instagram marketing. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1(1).
- Rudiatin, E., Rahman, A., Equatora, M. A., & Sulhan, S. (2021). Women Farmers as entrepreneur in the sebatik-nunukan border, north kalimantan province. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 9(3), 639–660.
- Usman, S. (2015). Esai-esai sosiologi perubahan sosial. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.