To Maega | JurnalPengabdianMasyarakat
Juni 2022, Vol.5, No.2, hal, 175-186
ISSN(P): 2622-6332; ISSN(E):2622-6340
http://www.ojs.unanda.ac.id/index.php/tomaega

Strategi Pendampingan PKM Bummas Kresja Dalam Upaya Peningkatan Produksi Dan Pemasaran Umkm Terdampak Covid-19 Desa Firdaus, Serdang Bedagai

Budi Antoro [1*], Teuku Fahmi [2], M. Reza Septriawan[3], Zulkifli Taib [1], Suhariyanti [3]

[1]Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dharmawangsa
[2] Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Dharmawangsa
[3] Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dharmawangsa

**Correspondent Email: budiantoro01@gmail.com*

Article History:
Received: 29-12-2021; Received in Revised: 29-01-2022; Accepted: 18-02-2022
DOI: http://dx.doi.org/10.35914/tomaega.v5i2.989

Abstrak

Desa Firdaus merupakan satu dari 17 desa yang terdapat pada Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai. Dalam upaya pemberdayaan masyarakat, dibentuk kelompok UMKM yang bergerak pada produksi makanan ringan berupa keripik kentang, pisang dan jamur. Hal ini ditujukan untuk menambah pendapatan rumah tangga serta menyokong perekonomian masyarakat. Didapati permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu; a). Keterbatasan modal, b). Minimnya ketersediaan bahan baku kentang merah yang menjadi bahan baku utama produk keripik, c). Terhambatnya proses pemasaran akibat PSBB, d). Kurangnya variasi produk. Adapun solusi yang ditawarkan adalah kiat-kiat manajemen keuangan, administrasi bisnis serta beberapa upaya memperoleh pinjaman modal usaha di bank dan koperasi atau pemerintah daerah, untuk permasalahan bahan baku, solusinya menjalin kerjasama langsung kepada petani kentang merah di kawasan Berastagi. Selanjutnya permasalahan terhambatnya proses pemasaran, solusinya dengan pelatihan pemanfaatan media digital e-commerce pada situs belanja online. Selanjutnya masalah variasi produk, diberikan pelatihan pembuatan bumbu rasa untuk memberi variasi olahan keripik kentang.Tujuannya adalah menjadi strategi dalam upaya meningkatkan produksi dan pemasaran UMKM terdampak Covid-19. Selain itu, dengan sarana pemasaran berbasis e-commerce serta kreatifitas dalam variasi produk, maka kelompok UMKM desa Firdaus dapat bersaing dengan kelompok UMKM lainnya dalam memasarkan hasil produksinya pada skala yang lebih luas lagi.

***Kata Kunci**: e-commerce, Peningkatan Produksi dan Pemasaran, UMKM.*

Abstract

Firdaus Village is one of 17 villages located in the Sei Rampah District of the Serdang Bedagai Regency.In an effort to empower the community, a group of UMKM was formed which is engaged in the production of snacks in the form of potato chips, bananas, and mushrooms. This is intended to increase household income and support the community's economy. The problems faced by partners were found, namely: a).limited capital, b). The lack of raw material availability of red potatoes, which is the main raw material for chip products, c). The delay in the marketing process is due to PSBB, d). lack of product variety. The solutions offered are financial management tips, business administration,

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

and several attempts to obtain business capital loans from banks, cooperatives, or local governments. For raw material problems, the solution is to establish direct cooperation with red potato farmers in the Berastagi area. Furthermore, to hamper the marketing process, the solution is through training in the use of e-commerce digital media on online shopping sites. Furthermore, to solve the problem of product variation, training was given to make flavored spices to provide variations in processed potato chips. The goal is to become a strategy in an effort to increase the production and marketing of UMKM affected by COVID-19. In addition, with e-commerce-based marketing facilities and creativity in product variations, the Firdaus village UMKM group can compete with other UMKM groups in marketing their products on a wider scale.

Key Word: e-commerce, Production and Marketing Improvement, UMKM.

1. Pendahuluan

Desa Firdaus berada di Kecamatan Sei Rampah dengan luas wilayah 198,90 km^2 merupakan 10,47% dari luas total Kabupaten Serdang Bedagai dengan jumlah penduduk 71.366 jiwa yang mengalami pertumbuhan penduduk sebesar 1,16% sejak tahun 2010 hingga 2020 (BPS, 2020) dengan terdapat setidaknya 43.825 unit usaha kecil mikro dan menengah pada akhir tahun 2020 yang masih bertahan sampai sekarang ini (DPMP2SP, 2021).

Mayoritas perempuan desa Firdaus hanya sebagai pengurus rumah tangga dengan kisaran besar persentasi 26,44% dan ini menempati posisi kedua setelah angka pengangguran sebesar 41,38%, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pendapatan rumah tangga masyarakat masih tergolong rendah ("Website Desa Firdaus Estate," 2021). Untuk menyiasati hal tersebut, beberapa anggota masyarakat membentuk kelompok UMKM yang bergerak pada produksi makanan ringan berupa keripik. Adapun beberapa jenis keripik produksi masyarakat anatara lain keripik kentang, pisang dan jamur. Hal ini ditujukan sebagai upaya menambah pendapatan rumah tangga untuk menyokong perekonomian hidup terutama pada masyarakat terdampak wabah Covid-19. Sebagaimana dinyatakan oleh Churiyah bahwa untuk dapat bertahan pada masa pandemi, UMKM setidaknya memiliki 3 program yaitu penguatan terhadap kualitas produk usahanya, peningkatan kualitas kemasan (*packaging*), serta diversifikasi pada pemasaran produk (Churiyah, Susanti, & Pratikto, 2021). Sementara (Ubaidillah, 2020) mengatakan penyerbaran wabah Covid-19 sangat terasa dampak bagi UMKM karena penurunan daya beli masyarakat disebabkan adanya himbuan dari pemerintah agar masyarakat bekerja dari rumah sehigga masyarakat membeli kebutuhan tanpa tatap muka dengan penjual atau melalui online. (Saputra, Sari, Rafiq & Rahmawati, 2022) berpendapat bahwa inovasi dan penggunaan teknologi menjadi sebuah keharusan bagi pelaku usaha untuk bertahan dimasa pandemi Covid 19.

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok: 1) *Livelyhood Activity* biasa disebut kelompok usaha sektor informal, salah satu contohnya adalah pedagang kaki lima. 2) *Micro Enterprise* kelompok usaha dibidang kegiatan yang sifatnya cenderung

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

sebagai pengrajin. 3) *Small Dynamic Enterprise* kelompok usaha yang menjalankan bisnisnya telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor. *4) Fast Moving Enterprise* kelompok usaha memilik ijiwa kewirausahaan, juga memiliki tujua nmemajukan (Sarfiah, Atmaja, & Verawati, 2019).

Kelompok UMKM Desa Firdaus tersebut terdiri dari ibu rumah tangga yang berjumlah lebih kurang 10 orang. Kelompok UMKM ini memproduksi olahan makanan ringan berupa keripik dengan cara manual meggunakan alat yang relatif sederhana. Demikian pula dengan metode pemasarannya, diawal pembentukan kelompok UMKM ini, metode pemasaran produk masih bersifat konvensional yaitu secara offline dengan menitipkan produknya di gerai-gerai penjualan makanan ringan atau gerai oleh-oleh khas daerah. Seiring dengan perkembangan waktu, kelompok UMKM saat ini harus mencoba merambah media jejaring sosial sebagai sarana pemasaran produknya (Handayani, Sari, & Islami, 2021). Meskipun demikian, sebagai masyarakat desa yang jauh dari percepatan kemajuan teknologi, proses pemasaran secara online ini mengalami beberapa kendala (Raharja & Natari, 2021).

Berdasarkan hal tersebut, ini menunjukkan bahwa desa Firdaus memiliki potensi kewirausahaan serta pengembangan UMKM yang cukup baik sehingga perlu adanya usaha nyata pendampingan serta pembinaan untuk mendorong perkembangan sektor kewirausahaan dan UMKM tersebut. Hal ini juga tidak lain sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Firdaus kecara khusus dan berkontribusi terhadap pendapatan daerah Kabupaten Serdang Bedagai secara umum serta sebagai roda penggerak perekonomian ditengah terpaan wabah Covid-19 yang menjangkit dunia dua tahun terakhir. Hal ini sejalan dengan program pemberian bantuan dari pemerintah sebagai stimulus bagi para pelaku UMKM berupa peralatan usaha seperti mixer, kompor gas, blander dan sebagainya (Dinas Kominfo, 2021).

Menurut (Arianto, 2020) upaya pengembangan UMKM menggunakan kemajuan teknologi perlu diperhatikan beberapa hal, yaitu kualitas produksi, kapasitas produksi, dan literasi digital. Ketiga hal ini harus di perhatikan oleh UMKM agar usaha yang dibuka di ranah digital/ online bisabertahan lama. Lebih lanjut, dalam upaya pengembangan UMKM digital diperlukan sinergisitas dengan warganet yang notabene adalah para generasi milenial. Para warganet ini dapat didorong untuk bias ikut mengambangkan UMKM digital dengan teknik *reseller*.

(Handini & Wahyuni Choiriyati, 2021) menambahkan meningkat kemajuan teknologi perlu memperhatikan aspek komunikasi dalam pemasarannya guna mengasah kemampuan untuk menggugah minat semua orang yang menjadi target sasaran tergerak untuk melakukan pembelian. Melalui strategi komunikasi pemasaran yang terencana dengan baik, seperti menggunakan teknik dan media komunikasi yang tepat maka informasi dan pengaruh yang diinginkan dari pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan akan tercapai.

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di rumah produksi kerajinan keripik Badan Usaha Milik Masyarakat (BUMMAS) Kreasi Sejahtera Abadi (KRESJA) tepatnya digedung aula Majelis Ulama Indonesia Daerah Serdang Bedagai yang dihadiri langsung oleh pemerintah daerah yang diwakilkan kepada asisten II bupati Serdang Bedagai dan diikuti oleh ibu-ibu masyarakat desa Firdaus, pekerja BUMMAS KRESJA dan para pelaku UMKM sekitas desa Firdaus. Kegiatan PkM ini dilakukan leh dosen dan mahasiswa kolaborasi antara Fakultas Ekonimi dan Bisnis serta Fakultas Ilmu Ssial dan Ilmu Politik Universitas Dharmawangsa dengan judul "Pendampingan PkM BUMMAS KRESJA Sebagai Strategi Dalam Upaya Peningkatan Produksi Dan Pemasaran UMKM Terdampak Covid-19 Desa Firdaus, Serdang Bedagai" diharapkan memberikan kontribusi nyata pembaruan produk melalui pelatihan pembuatan varian rasa keripik kentang serta pemasaranya melalui *e-commerce* untuk meningkatkan pendapatan marginal dimasa pandemi Covid-19 ini (Eka, Lestariana, & Nanik, 2021).

Hal ini didasarkan pada temuan awal teradap permasalahan mitra saat melakukan kunjungan dan wawancara langsung terhadap kelompok UMKM desa Firdaus Kabupaten Serdang Bedagai yang dilaksanakan oleh tim pengusul Program Pengabdian Kepada Masyarakat dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi mitra antara lain yaitu: Kurangnya pengetahuan dan pemahaman mengenai manajemen pemasaran menggunakan media digital; Terbatasnya tenologi yang dapat digunakan sebagai media pemasaran produk; Tidak adanya sumber daya manusia yang dapat diperdayakan untuk mengelola media digital dalam pemasaran hasil produk; Tidak memiliki gerai yang dikelola ataupun dimiliki oleh masing-masing anggota maupun kelompok UMKM itu sendiri sebagai wadah untuk memasarkan produknya, serta Kurangnya varian rasa yang menyebabkan kurangnya daya saing terhadap produk sejenis yang banyak dijual dimasyarakat.

Hal ini terkait pada kelangsungan produksi hasil olahan, dimana kelompok UMKM ini bergantung dari hasil penjualan sebagai putaran modal agar dapat memproduksi olahan dilain waktu. Bila produk lekas terjual, maka mitra dapat memperoleh uang sebagai modal untuk memproduksi produknya kembali, jika penjualan terhambat, maka mitra tidak dapat memproduksi produknya dikarenakan keuangan yang terbatas atau tertanam pada produk yang belum laku terjual.

2. Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa Universitas dilakukan pada hari Rabu tanggal 27 Oktober 2021 diikuti oleh ibu-ibu pengrajin keripik kentang yang tergabung dalam kelompok UMKM BUMMAS KRESJA beserta beberapa pelaku UMKM lain disekitas desa Firdaus Kebupaten Serdang Bedagai.

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

2.1 Sosialisasi

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh tim pelaksana yaitu dosen dan mahasiswa Unversitas Dharmawangsa dilakukan dengan pendekatan sosialisasi kepada mitra yaitu kelompok UMKM BUMAS KRESJA Desa Firdaus Kabupaten Serdang bedagai. Sosialisasi ini berupa pemaparan materi terkait permaslahan yang dialami oleh mitra sebagai solusi yang ditawarkan oleh tim kepada mitra. Dari pemaparan materi yang diberikan oleh tim diharapkan dapat menambah pemahaman serta membuka wawasan mitra berkaitan dengan pengolahan usaha UMKM dimasa pandemi Covid-19 sebagai strategi dalam upaya meningkatkan produksi dan pemasaran produk UMKM BUMMAS KRESJA. Kegiatan sosialisasi berupa pemaparan materi ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 1. Pemaparan Materi Sosialisasi Strategi UMKM dalam Menghadapi Pandemi oleh M. Reza Septriawan,S.E.,M.Si



Gambar 2. Pembukaan Acara oleh Asisten II Bid. Kewirausahaan Kab. Serdang Bedagai

Manfaat serta luaran dalam kegiatan ini dapat diperinci sebagai berikut

a. Aspek Manajemen

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

1. Sosialisasi Pengelolahan UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 dengan luaran berupa peningkatan pemahaman mitra terhadap pengelolahan UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 agar mampu mempertahankan usahanya
2. Sosialisasi pengembangan produk UMKM dengan luaran:
   a. Adanya peningkatan wawasan mitra terhadap pengembangan produk UMKM
   b. Menambah kreatifitas mitra dalam pengembangkan jenis produk

b. Aspek Tekonologi

Pemahaman dan ketrampilan dalam memanfaatkan situs belanja *online* sebagai media pemasaran digital *e*-commerce

2.2 Diskusi

Para dosen penyaji materi sosialisasi melanjutkan kegiatan dengan membuka sesi diskusi berupa tanya jawab dengan mitra. Pada bagian ini, terjadi interaksi erat antara tim PkM dengan mitra sehingga lebih membuka berbagai permasalahan lain yang dihapi mitra untuk secara bersama-sama diselesaikan dengan menerima masukan dari peserta lain. Melalui *sharing* pengalaman antar pelaku UMKM dan tim dosen, diharapkan memberi pencerahan terhadap permasalahan yang dihadapi mitra. Adapun sesi diskusi ini ditampilkan pada gambar dibawah.



Gambar 3. Peserta Mengajukan Pertanyaan Kepada Pemateri Dalam Sesi Diskusi

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Gambar 4. Peserta Mengajukan Pendapat Berkenaan Pertanyaan Salah Seorang Peserta Dalam Sesi Diskusi

2.3 Praktikum

Di bagian ini, tim mengundang ahli dalam membuat varian rasa olahan keripik kentang merah dengan memberikan pelatihan pembuatan bumbu yang terdiri atas rasa jagung bakar, jagung manis, keju, barbeque dan sambal balado. Pelatih melibatkan langsung para peserta untuk membuat bumbu disamping memaparkan bahan serta tahapan-tahapan pembuatannya. Dari kegitan ini, para peserta kegiatan PkM turut aktif dalam kegiatan pelatihan ini, oleh karenanya diharapkan menjadi modal pengetahuan untuk dapat mengembangkan usaha yang dilakukan oleh masing-masing peserta yang juga pelaku UMKM sekitar Desa Firdaus. Kegiatan ini ditampilkan pada gambar dibawah.



Gambar 5. Praktik Pembuatan Bumbu: Bahan Baku

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Gambar 6. Praktik Pembuatan Bumbu: Tahap Pembuatan



Gambar 7. Praktik Pembuatan Bumbu: Peran Peserta

Manfaat dari kegiatan ini adalah sebagai berikut

1. Peningkatan pengembangan kreasi design produk yang menarik
2. Peningkatan pemahaman terhadap pemanfaatan bahan baku untuk kreasi varian rasa produk
3. Pengembangan ketrampilan dalam membuat variasi rasa pada produk

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Yang Dilakukan Kepada Mitra

Beberapa manfaat yang didapat oleh kelompok UMKM BUMMAS KRESJA Desa Firdaus melalui rogram Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan tim dosen Universitas Dharmawangsa dapat dipaparkan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Manfaat Pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) oleh Mitra

No	Sebelum	Setelah
1	Subjek dampingan belum memiliki pengetahuan terkait pengelolahan	Setelah mengikuti program Pengabdian Kepada Masyarakat,

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

	UMKM yang terdampak Pandemi Covid-19 serta langkah penyelesaiannya	subjek dampingan mendapat pengetahuan terkait pengelolahan UMKM terdampak Pandemi Covid-19 serta langkah-langkah dalam menyiasati permaslahan an dihadapi melalui sosialisasi strategi penguatan UMKM dimasa pandemi yang telah diberikan dalam kegiatan penyampaian materi pendampingan oleh dosen pelaksana kegiatan
2	Subjek dampingan belum memiliki media pemasaran produk secara *online* untuk memasarkan produknya dimasa pandemi Covid-19	Setelah mengikuti program, subjek dampingan (mitra) mendapat pengetahuan tentang media digital untuk memasarkan produk hasil olahannya serta dapat memanfaatkan situs belanja *online* untuk memasarkan produk melalui pelatihan pembuatan akun *e*-commerce.
3	Subjek dampingan belum memiliki ide jenis variasi produk untuk meningkatan penjualan dimasa pandemi	Setelah mengikuti Program Pengabdian kepada Masyarakat, subjek dampingan memperoleh ide jenis variasi produk untuk meningkatkan penjulan melalui kreasi rasa produk olahan setelah mendapat pelatihan pembuatan bumbu
4	Subjek dampingan belum memiliki kreasi design kemasan produk baru	Setelah mengikuti program PkM, subjek dampingan mendapat gambaran ide design kemasan terhadap produk baru hasil variasi pengembangan rasa produk

3.2 Kontribusi Mitra Terhadap Pelaksanaan

Kelompok UMKM BUMMAS KRESJA Desa Firdaus merupakan salah satu kelompok UMKM yang ada di kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai yang perfokus pada bidang jajanan ringan keripik. Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat, mirta berpartisipasi sebagai berikut.

a) Mitra sebagai penyedia tempat dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pendampingan yaitu bertempat di aula Majeleis Ulama Indonesia Daerah Serang Bedagai.
b) Mitra berperan sebagai peserta pendampingan dan pelatihan dan aktif dalam kegiatan diskusi dan tanya jawab.

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

c) Mitra terlibat dalam kegiatan PkM yang meliputi perumusan permasalahan yang dialami langsung oleh mitra, perencanaan program PkM, penjadwalan, pelaksanaan hingga tahapan evaluasi kegiatan PkM.

Tabel 2. Hasil Pre-Test dan Post-Test Pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)

No	Objek Pelatihan	Pre-Test	Post-Test	Indikator Capaian
1	Pengetahuan terkait pengelolahan UMKM yang terdampak Pandemi Covid-19 serta langkah penyelesaiannya	25 %	97 %	Penyesuaian manajemen usaha berbasis kekinian
2	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, deversifikasi produk, atau sumber daya lainnya)	43%	86 %	Adanya penambahan jenis/jumlah produk
3	Peningkatan penerapan IPTEK di masyarakat (makanisasi, IT dan manajemen)	12 %	78 %	Peningkatan kemampuan penggunaan IPTEK

4. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan program Pengabdian kepada asyarakat (PkM) yang telah dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa Universitas Dharmawangsa terhadap mitra PkM Yaitu kelompok UMKM BUMMAS KRESJA Desa Firdaus Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai melalui pendampingan terhadap mitra sebagai upaya meningkatkan produksi dan pemasaran UMKM terdampak pandemi Covid-19 dapat disimpulkan beberapa hal berikut.

Dari program Pengabdian kepada Masyarakat, tim pelaksana mendapat benang merah permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam pengelolah usahanya. Beberapa permasalahan tersebut antara lain; a). Keterbatasan modal, hal ini merupakan masalah klasik dalam setiap jenis usaha kecil masyarakat, b). Minimnya ketersediaan bahan baku kentang merah yang menjadi bahan baku utama produk olahan keripik kentang oleh kelompok UMKM BUMMAS KRESJA, c). Terhambatnya proses pemasaran produk akibat penerapan aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang merujuk pada PP Nomor 21 tahun 2020 di hampir seluruh wilayah Sumatera, d). Kurangnya variasi produk sehingga persaingan menjadi sangat tinggi terhadap produk sejenis.

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Dalam upaya mengatasi masalah tersebut, tim pelaksana program PkM menawarkan beberapa bentuk solusi diantaranya berbaikan dengan keterbatasan modal, tim menawarkan kiat-kiat manajemen keuangan, administrasi bisnis serta beberapa cara dalam upaya memperoleh kucuran dana modal usaha dari pemerintah daerah, pinjaman modal usaha di bank dan koperasi. Sementara untuk permasalahan bahan baku, tim menawarkan solsi untuk menjalin kerjasama langsung kepada petani kentang merah di kawasan Berastagi. Kemudian untuk permasalahan terhambatnya proses pemasaran, tim memberikan sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan media digital *e*-commerce pada situs belanja *online*. Selanjutnya untuk masalah kurangnya variasi produk, tim memberikan pelatihan pembuatan bumbu rasa untuk memberi variasi olahan keripik kentang tersebut.

Terdapat beberapa perubahan terhadap mitra setelah mengikuti program Pengabdian kepada Masyarakat antara lain yaitu (a) Perubahan cara pikir terhadap pengelolahan UMKM; (b) Terciptanya habituasi pola kerja mitra dengan mengedepankan konsep kerja dengan cerdas serta efisien untuk meningkatkan produktifitas usahanya; (c) Tumbuhnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam rangka mempertahankan dan menguatkan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat beriklim usaha mandiri.

5. Daftar Pustaka

Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, *6*(2), 233–247. Retrieved from https://www.jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/512

BPS, K. S. B. (2020). *Kabupaten Serdang Bedagai Dalam Angka 2021*. Kabupaten Serdang Bedagai: @BPS Kabupaten Serdang Bedagai.

Churiyah, M., Susanti, E., & Pratikto, H. (2021). Strategi Penguatan Daya Saing UMKM Dimasa Pandemi COVID-19. *Jurnal KARINOV*, *4*(2), 129–135. https://doi.org/10.17977/UM045V4I2P129-135

Dinas Kominfo, K. S. B. (2021). Terima Bantuan, UMKM Sergai Diharapkan Dapat Berkembang di Tengah Pandemi Covid-19 – Media Center. Retrieved May 28, 2021, from https://mediacenter.serdangbedagaikab.go.id/2021/03/03/terima-bantuan-umkm-sergai-diharapkan-dapat-berkembang-di-tengah-pandemi-covid-19/

DPMP2SP, K. S. B. (2021). DPMP2TSP Serdang Bedagai • Potensi Daerah. Retrieved May 28, 2021, from http://dpmp2tsp.serdangbedagaikab.go.id/potensi-daerah

Eka, W., Lestariana, D. S., & Nanik, S. (2021). Pentingnya E-Commerce bagi UMKM pada Masa Pandemi di RT.03 Kampung Surodadi, Siswodipuran, Boyolali. *Jurnal ABDIKMAS UKK*, *1*(2), 115–121.

Handayani, E., Sari, P. P., & Islami, M. J. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh UMKM pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, *10*(2), 113. https://doi.org/10.31504/komunika.v10i2.4622

Handini, V. A., & Wahyuni Choiriyati. (2021). Digitalisasi Umkm Sebagai Hasil

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Inovasi Dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat Umkm Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, *11*(2), 150–167. Retrieved from https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom/article/view/9682/0

Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(1), 108. https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361

Saputra, M., Sari, N., Rafiq, M., & Rahmawati, L. (2022). Pelatihan Inovasi Produk serta Strategi Pemasaran pada UMKM Bubuk Jahe di Masa Pandemi Covid 19. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*(1), 142–149. Retrieved from http://www.ojs.unanda.ac.id/index.php/tomaega/article/view/977

Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, *4*(2), 1–189. https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952

Ubaidillah, M. (2020). Menjaga keberlangsungan UMKM pada masa wabah Covid-19. *Jurnal Akuntansi*, *4*(1), 14–21.

Website Desa Firdaus Estate. (2021). Retrieved May 29, 2021, from http://firdausestate.web.id/index.php/first/statistik/1

©To Maega | JurnalPengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).