

## Pemberdayaan Komunitas UMKM Buka Lapak UNISA (Bu-Lisa) Di Era Pandemi Covid-19

Nur Faidati<sup>1</sup>, Muhammad Khozin<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Aisyiyah Yogyakarta - Jl. Siliwangi Jl. Ringroad Barat No.63, Area Sawah, Nogotirto, Kec. Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55592

<sup>2</sup>Universitas Aisyiyah Yogyakarta - Jl. Siliwangi Jl. Ringroad Barat No.63, Area Sawah, Nogotirto, Kec. Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55592

E-mail: nurfaidati18@gmail.com No. HP: 08175499880

Received: 11 Januari 2021; Revision: 15 Februari 2021; Accepted: 29 Maret 2021

### Abstrak

Pandemi Covid-19 memberikan hantaman yang cukup keras bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. UMKM yang memiliki peran strategis dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional menghadapi permasalahan yang cukup pelik di masa pandemic ini. Kegiatan pemberdayaan masyarakat komunitas Buka Lapak Unisa (Bu-Lisa) dilakukan dengan tujuan mempertahankan omset penjualan pedagang UMKM dalam komunitas di masa pandemic ini. Metode yang dilakukan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat ini adalah workshop. Workshop dilakukan sebanyak 3 kali, yaitu workshop manajemen bisnis online, workshop mengelola bisnis secara efektif dari rumah dan workshop etika bisnis online. Output dari kegiatan pengabdian ini dari anggota komunitas adalah agar anggota komunitas dapat memanfaatkan media online yang ada untuk memasarkan produk. Masih diperlukan sejumlah program lanjutan untuk membekali anggota komunitas agar tetap dapat memasarkan produknya di era pandemic ini.

**Kata Kunci** pemberdayaan UMKM, Covid-19, E-Commerce;

**How to Cite:** Faidati, N., & Khozin, M. (2021). Pemberdayaan Komunitas UMKM Buka Lapak UNISA (Bu-Lisa) Di Era Pandemi Covid-19. *Masyarakat Berdaya dan Inovasi*, 2(1). doi:<https://doi.org/10.33292/mayadani.v2i1.38>



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



### PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberikan hantaman yang cukup keras bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. UMKM yang memiliki peran strategis dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional menghadapi permasalahan yang cukup pelik di masa pandemic ini. Permasalahan tersebut antara lain terkait dengan penurunan permintaan, pemasaran produk, dan akses bahan baku (Shafi, et al, 2020)(Sengupta, et al, 2020)(Tiwari, et al, 2020). Permasalahan-permasalahan ini mengakibatkan pelaku usaha mengalami penurunan omset bahkan gulung tikar (Nugraheni, Pramudyastuti, Sunaningsih, 2020). Data yang dirilis oleh Bank Indonesia menyebutkan bahwa sebanyak 72 persen pelaku UMKM terdampak pandemi Covid-19. Dari seluruh pelaku UMKM, tiga sektor yang paling terdampak pandemi corona yaitu pertanian, ekspor, dan kerajinan pendukung wisata. Jika dilihat dari sisi jumlah, sebanyak 153 pelaku UMKM pertanian berdampak, sedangkan sektor ekspor 83 UMKM dan 429 pelaku UMKM sektor kerajinan pendukung wisata (Bank Indonesia, 2020)

Kondisi yang sama juga terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Di DIY, 59 persen UMKM mengalami langsung dampak dari pandemi virus Corona. Dampak paling parah dirasakan oleh UMKM yang memiliki singgungan dengan sektor pariwisata. Selama masa pandemi virus Corona, seluruh tempat pariwisata di DIY harus ditutup. Kondisi ini

berdampak pada kunjungan wisatawan ke DIY. Untuk mendukung UMKM tetap bertahan, diperlukan penguatan-penguatan dari berbagai pihak.

Penguatan-penguatan sebagaimana dimaksud dapat dilakukan dengan berbagai bentuk, seperti pengenalan e-commerce sebagai alternatif untuk memasarkan produk yang dihasilkan (Dennis, et. Al, 2020) (LI, 2020). Penurunan permintaan di masa pandemic ini salah satunya disebabkan oleh kebijakan pemerintah untuk membatasi interaksi antar manusia seperti kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB), kebijakan untuk melakukan aktivitas dari rumah atau kebijakan sejenis yang lain guna memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Untuk mengatasi permasalahan tersebut proses transaksi bisa diubah tidak dilakukan dengan tatap muka langsung, tetapi dengan memanfaatkan e-commerce.

Pemasaran produk melalui e-commerce dapat memperoleh manfaat serta keuntungan lebih karena efisien dan lebih murah serta memiliki akses tanpa batas. Ketika sebuah bisnis memiliki alamat di internet, apa yang ditampilkan dalam internet dapat diakses pengunjung dari belahan dunia manapun selama di daerah tersebut memiliki akses internet. Semakin banyak orang mengunjungi alamat internet tersebut, semakin besar pula potensi untuk memperoleh pendapatan. Aplikasi sosial media di Android membuka peluang tidak hanya bagi usaha besar, namun juga usaha kecil dan menengah untuk memasarkan dan menumbuhkan jaringan usaha di seluruh belahan dunia usaha. Pelaku usaha dituntut menjadi bagian dari komunitas global dengan memanfaatkan teknologi informasi (Samsiana, 2020) (Aprilian, et al, 2020) (Khajeheian, 2013).

Teknologi informasi saat ini memiliki pengaruh yang signifikan dalam dunia ekonomi khususnya dalam hal penjualan. Dengan banyaknya pengguna internet maka memungkinkan peluang usaha yang semakin besar. Hal ini dikarenakan dengan adanya internet maka penjual dapat melakukan komunikasi dengan konsumen dimana saja dan kapan saja cukup dengan memanfaatkan perangkat mobile dan internet yang dimiliki (Samsiana, Khasanah, Handayanto, Gunarti, Raharja, 2020).

Komunitas Buka Lapak Unisa (Bu-Lisa) merupakan satu komunitas keluarga besar karyawan Universitas Aisyiyah (Unisa) Yogyakarta yang dibentuk pada bulan Maret 2020 saat awal pandemi Covid-19. Komunitas ini beranggotakan karyawan yang keluarganya terdampak pandemi. Sebagian besar karyawan yang tergabung tersebut merupakan karyawan yang memiliki keluarga yang berprofesi sebagai pedagang. Dengan adanya pandemic ini, omset penjualannya mengalami penurunan karena banyaknya mahasiswa dari luar daerah yang ada di Yogyakarta pulang ke kampung halaman. Selain itu, pariwisata di DIY juga banyak yang tutup. Agar keluarga karyawan ini tidak kehilangan pendapatan meskipun disituasi pandemic, maka dibuatlah satu grup whats app (WAG) yang memberikan ruang untuk keluarga-keluarga ini berminggu. Selanjutnya (WAG) tersebut diberi nama Bu-Lisa. Tercatat ada 192 orang tergabung dalam grup tersebut. Adapun barang yang dijual lebih banyak adalah produk makanan, mulai dari snack, kue, makanan berat, bumbu dapur hingga buah-buahan. Produk lain yang dijual dalam grup tersebut adalah produk kesehatan, peralatan dapur, dan produk fashion.

Agar proses transaksi tidak terbatas pada WAG, maka anggota grup dibekali dengan sejumlah workshop. Workshop dikemas dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Dosen-dosen Unisa Yogyakarta. Adapun workshop-workshop yang diselenggarakan adalah pengenalan e-commerce, etika bisnis online dan pengelolaan bisnis dari rumah.

## METODE

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat pemberdayaan Bu-Lisa dilakukan selama 2 (dua) bulan dengan tiga kali workshop. Berikut ini adalah gambaran lebih detil terkait pelaksanaan pengabdian masyarakat:

### A. Metode Pelaksanaan

Pemberdayaan komunitas Bu-Lisa di era pandemic Covid-19 ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut:

1. Mengidentifikasi kebutuhan anggota komunitas Bu-Lisa dengan melakukan wawancara dengan para inisiator. Dari hasil wawancara tersebut diperoleh informasi bahwa untuk memajukan komunitas ini diperlukan sejumlah terobosan agar wawasan anggota komunitas semakin meningkat

dalam dunia penjualan online. Selain itu didapatkan informasi juga terkait dengan gaya, bahasa dan attitude para anggota komunitas dalam berkomunikasi dan bertransaksi online masih memerlukan bimbingan mengingat mayoritas mereka adalah para pemula.

2. Dari hasil penggalian informasi tersebut akhirnya dapat dipetakan kebutuhan pelatihan untuk peningkatan kapasitas para anggota komunitas. Sehingga disiapkan desain tiga kali workshop. Diantaranya adalah workshop manajemen bisnis online, workshop pemanfaatan media sosial untuk bisnis online dan yang terakhir workshop etika bisnis online.
3. Workshop-workshop ini diselenggarakan disela-sela kesibukan anggota komunitas agar tidak mengganggu pelaksanaan tugas utama mereka. Karena pelaksanaan dalam masa pandemic maka acara workshop diselenggarakan secara online. Narasumber yang dihadirkan adalah para pakar di dunia bisnis online dan juga para pelaku bisnis online yang sudah terbukti sukses. Sehingga dapat menjadi motivasi dan model rujukan bagi anggota komunitas untuk mengikuti jejak langkahnya.
4. Workshop Pertama diselenggarakan pada tanggal 4 Juli 2020. Wokshop ini mengangkat tema besar “manajemen bisnis online”. Ini adalah workshop pembuka dari rangkaian workshop yang kami disiapkan. Dengan menggandeng mitra dari Google Gapura Digital, workshop ini dilaksanakan dalam 2 sesi. Sesi pertama disajikan materi dengan judul “Kelola Bisnis Anda Secara Efisien Dari Rumah”. Materi ini adalah materi pengenalan berbagai platform yang dapat digunakan para anggota komunitas untuk memulai bisnisnya secara online. Selain itu materi ini juga merupakan stimulasi awal agar anggota komunitas tetap semangat dan antusias mengembangkan bisnisnya secara online. Dengan menghadirkan Google Gapura Digital yang telah berpengalaman mendampingi jutaan UMKM dalam bermigrasi dari bisnis yang konvensional menjadi online bisnis menjadikan peserta workshop semakin antusias. Hal ini terbukti dari jumlah peserta yang tetap penuh pada session kedua pada hari yang sama.



**Gambar 1. Poster Workshop 1 dan 2**

Pada sesi kedua Google Gapura Digital membawakan materi “Google Bisnisku”. Pada sesi ini tim Google Gapura Digital mengajak peserta workshop untuk mengenal lebih dekat google bisnis. Sebuah fitur yang dikembangkan oleh Google untuk membantu masyarakat, khususnya para pelaku bisnis agar bisnisnya dapat dengan mudah dikenal oleh masyarakat luas. Baik dari jenis komoditasnya, bahkan lokasi usahanya. Dengan Google bisnis ini menjadikan usaha anggota komunitas bisa dikenal lebih luas dan dapat menyarai konsumen selain civitas akademika UNISA Yogyakarta.

Adapun anggota komunitas yang hadir pada workshop yang pertama ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1 Daftar Hadir Peserta Workshop I

Nama	No Handphone	Alamat Email	Produk
Ratna Dwi Lestari	81392202212	<a href="mailto:ratnndl@unisayoga.ac.id">ratnndl@unisayoga.ac.id</a>	Makanan tradisional
Yeki satriyandari	85727366729	<a href="mailto:yekti_1988@yahoo.co.id">yekti_1988@yahoo.co.id</a>	Aneka kebutuhan rumah tangga dan frozen food
Miftahush Shalihah	81328646654	<a href="mailto:miftadialaula@unisayoga.ac.id">miftadialaula@unisayoga.ac.id</a>	Baju anak, baju dewasa, sprei
Wiwit Probowati	85743354727	<a href="mailto:wiwitprobo@gmail.com">wiwitprobo@gmail.com</a>	Makaroni, dimsum dan berbagai bibit tanaman hortikultura
Irkhamiyati	81328063556	<a href="mailto:ir.irkham@gmail.com">ir.irkham@gmail.com</a>	Syrup, Celana, Tanaman
Dita Rachmawati	87738362296	<a href="mailto:ditarach@gmail.com">ditarach@gmail.com</a>	Melon, masker, makanan, produk brand matahari
Anang subariyanto	8172830310	<a href="mailto:anangbejosaja@gmail.com">anangbejosaja@gmail.com</a>	Tanaman hias laktus jga sukulan
Diyah Candra	818294575	diyah.candra@gmail.com	Logam mulia
Bayu Susena	85228997997	<a href="mailto:bayususena@unisayoga.ac.id">bayususena@unisayoga.ac.id</a>	
Sri Sugesti	87739803053	<a href="mailto:bundazaaid@gmail.com">bundazaaid@gmail.com</a>	Skincare, fashion muslim, makanan
Siti nadhir ollin norlinta	82300008729	<a href="mailto:sitinadhirollin@gmail.com">sitinadhirollin@gmail.com</a>	Pisang marlin dan makanan ringan
Asih Puji Utami	81225462881	<a href="mailto:asihpujiutami@unisayoga.ac.id">asihpujiutami@unisayoga.ac.id</a>	masker, peyek, edukasi anak
Indah Pujiyanti	8156892481	<a href="mailto:indahpujiyanti@unisayoga.ac.id">indahpujiyanti@unisayoga.ac.id</a>	Minyak telon dan sepatu
Zahra A Tyas	85643883772	zahraatyas@unisayoga.ac.id	syukur (susu kurma), go great (yoghurt), nasi balap, nasi bakar jamur, masker (tuku masker)
Dwi Nuraini	85328878187	<a href="mailto:nuraini.dwi@unisayoga.ac.id">nuraini.dwi@unisayoga.ac.id</a>	Masker Scuba, buah, kripik kaca, snack ringan, milagros, jamu
Nor Eka Noviani	81216174173	<a href="mailto:norekanoviani@unisayoga.ac.id">norekanoviani@unisayoga.ac.id</a>	Mukena, produk cloth diapers dan menspad, tepung pizza, tas karakter hewan
Istinengtiyas Tirta Suminar	85292209106	<a href="mailto:tirtasuminar@yahoo.com">tirtasuminar@yahoo.com</a>	Logam Mulia
Lilik Layyina	87739533521	<a href="mailto:liliklayyina@unisayoga.ac.id">liliklayyina@unisayoga.ac.id</a>	Produk Sophie Martin (tas, jam, sepatu, make up)
Wuri Rahmawati	85743447057	<a href="mailto:wurirahma_w@yahoo.co.id">wurirahma_w@yahoo.co.id</a>	Wedang Uwuh, Sabun Cuci Tangan dan Sabun Cuci Piring
Renny Tri Rahayu	85743099990	<a href="mailto:rennytrirahayu@gmail.com">rennytrirahayu@gmail.com</a>	
Icha	81949839123	<a href="mailto:sholihah_icha@yahoo.com">sholihah_icha@yahoo.com</a>	
Setya Putri	8.6072E+12	<a href="mailto:setyaputri20@gmail.com">setyaputri20@gmail.com</a>	Donat, jamur
Endang koni suryaningsih	88802808182	<a href="mailto:koni@unisayoga.ac.id">koni@unisayoga.ac.id</a>	Duren dan pancake medan
Intan Mutiara Putri	81281515725	intan.mutiaraputri@unisayoga.ac.id	Makanan dan baju
Ika Afifah Nugraheni	85643967022	<a href="mailto:ikaafifah@unisayoga.ac.id">ikaafifah@unisayoga.ac.id</a>	
Sinta maharani	81329027113	<a href="mailto:Sinta_maharani@unisayoga.ac.id">Sinta_maharani@unisayoga.ac.id</a>	Hijab karani dan minuman oishi

**Masyarakat Berdaya dan Inovasi, 2 (1), 2021**  
**Nur Faidati, Muhammad Khozin**

Suri Salmiyati	81328511801	<a href="mailto:suri_salmiyati@unisayogya.ac.id">suri_salmiyati@unisayogya.ac.id</a>	Makanan dan alat rumah tangga
Zahra A Tyas	85643883772	<a href="mailto:zahraatyas@unisayogya.ac.id">zahraatyas@unisayogya.ac.id</a>	syukur (susu kurma), go great (yoghurt), nasi balap, nasi bakar jamur, masker (tuku masker)
Muhammad Khozin	8157935960	<a href="mailto:ozin_siin@yahoo.com">ozin_siin@yahoo.com</a>	Oleh2 Haji dan Umroh
Khairun Nisak	8562936886	<a href="mailto:niesaq2203@gmail.com">niesaq2203@gmail.com</a>	Jilbab
Riri chairiyah	85721121894	<a href="mailto:ririchairiyah@unisayogya.ac.id">ririchairiyah@unisayogya.ac.id</a>	Reseller cereal simba, ciko dan susu ultra
Ratna dwi lestari	81392202212	<a href="mailto:ratnadl@unisayogya.ac.id">ratnadl@unisayogya.ac.id</a>	Makanan dan minuman
Arif Yusuf W	85643922280	<a href="mailto:arifyusufw@gmail.com">arifyusufw@gmail.com</a>	Vendor kaos, Obat dan Vitamin (apotek)
Islamiyatul Rokhmah	818461118	islamiyatul.rokhmah @unisayogya.ac.id	buah, ikan dan makanan
Mifta	81328646654	<a href="mailto:miftadialaula@unisayogya.ac.id">miftadialaula@unisayogya.ac.id</a>	Baju anak, sprei, daster
Lintang titisari	87738921416	<a href="mailto:Lintangtitisari92@gmail.com">Lintangtitisari92@gmail.com</a>	Segala macam snack kiloan
Tyas sari ratna ningrum	82227393491	<a href="mailto:tyasfisio2@gmail.com">tyasfisio2@gmail.com</a>	Sandal
Aprista mutiara putri	82134607363	Apristamutiarpuptri@gmail.com	Makanan
Renny Tri Rahayu	85743099990	<a href="mailto:rennytrirahayu@gmail.com">rennytrirahayu@gmail.com</a>	
Ratih Kusuma Dewi	85290743674	<a href="mailto:ratih_kusuma77@yahoo.com">ratih_kusuma77@yahoo.com</a>	Susu kurma premium
Enny fitriahadi	85643937577	<a href="mailto:ennyfitriahadi@unisayogya.ac.id">ennyfitriahadi@unisayogya.ac.id</a>	
Wibowo	81329215086	<a href="mailto:wibowoseptianto83@gmail.com">wibowoseptianto83@gmail.com</a>	Makan
Siti nadhir ollin norlinta	82300008729	<a href="mailto:sitinadhirollin@gmail.com">sitinadhirollin@gmail.com</a>	Makanan
Riri chairiyah	85721121894	<a href="mailto:ririchairiyah@unisayogya.ac.id">ririchairiyah@unisayogya.ac.id</a>	Reseller cereal simba, ciko dan susu ultra
Asih Puji Utami	81225462881	<a href="mailto:asihpujiutami@unisayogya.ac.id">asihpujiutami@unisayogya.ac.id</a>	masker, peyek, produk herbal
Tri Sugiyanto	81284177348	<a href="mailto:3sugiyanto@gmail.com">3sugiyanto@gmail.com</a>	Frozen food
Nuli Nuryanti Zulala	81325903830	<a href="mailto:nuli.zulala@unisayogya.ac.id">nuli.zulala@unisayogya.ac.id</a>	Dulu jualan yusan skr jadi pembeli Ajað Ÿ—
Tikaridha	75647512238	<a href="mailto:Tikaridha@unisayogya.ac.id">Tikaridha@unisayogya.ac.id</a>	
Suesti,ssit,M.PH	82241181846	Suesti@unisayogya	
Tika Ainunnisa Fitria	85329676106	<a href="mailto:tikafitria@unisayogya.ac.id">tikafitria@unisayogya.ac.id</a>	produk weny's catering
Endri Wijayanti	85728306677	<a href="mailto:endriwijayanti55@gmail.com">endriwijayanti55@gmail.com</a>	Salad
Dita Rachmawati	87738362296	<a href="mailto:Ditarach@gmail.com">Ditarach@gmail.com</a>	Melon, masker, makanan
Istinengtiyas Tirta Suminar	85292209106	<a href="mailto:tirtasuminar@yahoo.com">tirtasuminar@yahoo.com</a>	Logam Mulia
Diah Nur Anisa	82323660708	<a href="mailto:nursediahania@gmail.com">nursediahania@gmail.com</a>	Snack
Olivia Desi H	85777559553	<a href="mailto:Olivadesihapsari@yahoo.com">Olivadesihapsari@yahoo.com</a>	Makanan
Nurul Mahmudah	81903717152	nurulmahmudah. <a href="mailto:stikesaisiyah@gmail.com">stikesaisiyah@gmail.com</a>	Jilbab, gamis, kurma

*Sumber : Google Form Presensi*

5. Workshop Kedua diselenggarakan pada tanggal 6 Juli 2020. Masih bermitra dengan Google Gapura Digital, workshop kali ini membawakan materi tentang “Media Sosial Untuk Usaha Anda dan Praktik”. Pada workshop ini peserta diajak mengupas berbagai peluang yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha melalui media sosial. Khususnya dalam melakukan pemasaran. Media sosial yang kini sudah tidak asing bagi masyarakat Indonesia dari pedesaan hingga perkotaan adalah peluang yang dapat dijadikan sebagai media pemasaran. Dari workshop ini diketahui bahwa

majoritas peserta paling banyak menggunakan facebook, Instagram, dan Whatshaap sebagai media dalam menjalankan bisnisnya. Dengan demikian tim Google Gapura Digital menjadi lebih mudah dalam memberikan tips-tipsnya karena homogenitas peserta. Misalkan terkait kapan jam tayang yang paling efektif agar postingan akan banyak dilihat oleh warganet dan berpeluang mereka untuk memutuskan pembelian. Hal-hal ringan seperti inilah yang membuat peserta menjadi tahu dan mengetahui strategi-strategi jitu dalam berjualan di media sosial. Sehingga akun media sosial yang mereka miliki lebih memberikan manfaat.

6. Workshop ketiga diselenggarakan pada tanggal 25 Juli 2020. Pada wokshop ini mengangkat tema tentang “Etika Bisnis Online” dengan menghadirkan sejumlah narasumber yang sudah sukses menekuni bisnis online. Diantaranya adalah Ressy Chandra Puspita (Owner Babyshopline dan produsen Zatra) dan Gufron Mustakim (Co Founder Evermos).



Gambar 2 Poster Workshop 3

Pada workshop kali ini sharing terkait etika dalam melakukan bisnis online benar-benar efektif dilakukan. Para narasumber yang notabene sebagai pelaku langsung memberikan sharingnya atas pengalamannya selama ini menjalankan bisnis di dunia online. Resy Chandra Puspita misalnya menyampaikan pengalamannya jatuh bangun membangun usahanya, namun ada pesaing yang dengan mudahnya mencontoh produknya. Lalu bagaimana mensikapi hal-hal demikian disharingkan dengan bahasa ringan yang mudah dicerna oleh peserta. Kemudian Gufron Mustakim yang melakukan sharing pendirian Evermost juga membangunkan semangat wirausaha seluruh peserta. Bahkan Gufron Mustakim siap berkolaborasi dengan Buka Lapak Unisa untuk memfasilitasi joint dalam platformnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh kegiatan workshop ini telah direalisasikan secara online dengan menggunakan platform Zoom. Workshop telah dilaksanakan sesuai dengan timeline yang direncanakan dan solusi yang ditawarkan, yaitu dengan menyelenggarakan tiga rangkaian workshop yang saling berkesinambungan. Solusi yang ditawarkan tersebut antara lain adalah penyelenggaraan workshop manajemen bisnis online, workshop pemanfaatan media sosial untuk bisnis online dan yang terakhir workshop etika bisnis

online. Dalam pelaksanaan kegiatan ini tim pengabdian masyarakat berkolaborasi dengan Google Gapura Digital dan Juga Evermos.

Satu hal yang menjadi faktor penghambat dalam realisasi kegiatan ini adalah penentuan waktu workshop yang harus dikompromikan dengan waktu anggota komunitas Buka Lapak Unisa. Keseluruhan peserta yang notabene adalah pegawai UNISA Yogyakarta dalam waktu bersamaan juga memiliki tugas melaksanakan tugas-tugas kesehariannya. Meskipun workshop diselenggarakan online, namun pada waktu bersamaan peserta juga memiliki sejumlah rapat online yang harus diikuti. Sehingga pemilihan waktu harus melalui diskusi yang cukup panjang terlebih dulu.

Bagian hasil dan pembahasan berisi temuan penelitian yang didapatkan dari data penelitian dan berkaitan dengan hipotesis serta diskusi hasil penelitian dan pembandingan dengan teori dan atau penelitian sejenis. Hal lain yang menjadi pendukung terealisasinya kegiatan pengabdian ini adalah sikap kooperatif dari Google Gapura Digital, Evermos, seluruh narasumber dan tim pengabdian masyarakat dari Unisa Yogyakarta yang melahirkan kolaborasi penyelenggaraan pengabdian masyarakat Pemberdayaan Komunitas Bu-Lisa di era pandemic Covid-19. Hal berikutnya yang mendukung kelancaran kegiatan pengabdian ini adalah semangat dan komitmen seluruh peserta dari Komunitas Bu-Lisa dalam mengikuti workshop demi workshop.



Gambar 4. Workshop 3 dengan Narasumber yang Komunikatif



Gambar 5. Narasumber Workshop 3 sebagai Pegiat Ecommerce

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan workshop berlangsung, diketahui beberapa anggota komunitas telah mengenal beberapa marketplace penjualan online. Bahkan beberapa diantaranya sudah mencoba gabung dalam marketplace tersebut. Namun karena hanya side job menjadikan pengelolaannya kurang maksimal. Dari hasil workshop ini juga didapatkan sejumlah aspirasi yang disampaikan oleh anggota komunitas. Diantaranya mereka menginginkan pengelolaan komunitas yang lebih professional serta dapat difasilitasi untuk dibuatkan aplikasi marketplace Buka Lapak Unisa yang dapat diakses oleh kalangan yang lebih luas. Sehingga dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Dari omset yang sekarang berjalan mereka yakin bahwa komunitas ini sangat potensial untuk dikembangkan. Namun tentunya dengan pengelolaan yang lebih professional serta dukungan dari para pihak yang lebih berpengalaman dan juga pengakuan dari pimpinan. Artinya diperlukan tata kelola yang lebih professional agar komunitas ini tidak hanya sekedar ada. Bahkan diharapkan dapat bermitra dengan Koperasi Karyawan UMEGA UNISA yang telah ada sejak lama. Kerjasama strategis dapat diinisiasi dalam berbagai hal, seperti layanan display produk, layanan dropship, maupun layanan dropbox. Bahkan dari sisi permodalan juga dapat diinisiasi kerjasama dengan perbankan yang selama ini secara tidak sadar telah mensupport transaksi online antara anggota komunitas.

Dari sejumlah temuan aspirasi tersebut maka tim merekomendasikan sejumlah program pengembangan untuk komunias Bu-Lisa sebagaimana tertuang dalam tabel berikut in

Tabel 2. Rekomendasi Program Untuk Komunitas Buka Laak Unisa (BuLisa)

No.	Jenis Program	Mitra
1	Workshop Tata Kelola Komunitas Penjualan Online Bagi Managemen BuLisa	Dosen (Pengabdian), Dinas Koperasi dan UMKM Kab/Provinsi, Rumah Kreatif BUMN, marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak), Google,dll
2	Workshop Penguatan Permodalan	Dosen (Pengabdian), Dinas Koperasi dan UMKM Kab/Provinsi, Rumah Kreatif BUMN
3	Workshop Cerdas Mengelola Waktu : Main Job and Side Job	Dosen (Pengabdian), Dinas Koperasi dan UMKM Kab/Provinsi, Rumah Kreatif BUMN,
4	Workshop Pembuatan Akun Platform Penjualan Online	Dosen (Pengabdian), Dinas Koperasi dan UMKM Kab/Provinsi, Rumah Kreatif BUMN
5	FGD Kolaborasi :Mewujudkan Kolaborasi BULISA – UMEGA	Dosen (Pengabdian), Koperasi UMEGA UNISA Yogyakarta
6	FGD Pemberdayaan : Mensinergikan karya dan Wirausaha	Dosen (Pengabdian), Biro SDM UNISA Yogyakarta, Pimpinan Universitas

Pelaksanaan program pengembangan UMKM Komunitas Bu-Lisa sebagaimana direkomendasikan bisa dilakukan dengan mengandeng dosen program studi Teknologi Informasi yang konsen terhadap pengembangan aplikasi. Hal ini akan sangat membantu anggota komunitas dalam menjangkau segment pasar diluar anggota komunitas.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil workshop yang telah dilakukan sebagai bagian dari rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat, bahwa komunitas Bu-Lisa membutuhkan sejumlah inisiasi nyata yang diharapkan dapat dilakukan dalam waktu dekat. Diantaranya adalah pembuatan aplikasi jual beli online yang dikembangkan untuk melayani masyarakat diluar kampus, inisiasi kerjasama dengan Koperasi UMEGA serta tata kelola komunitas Bu-Lisa yang lebih professional. Dengan demikian diharapkan komunitas Bu-Lisa akan tetap eksis dan terus berkembang sebagai sarana memupuk jiwa kewirausahaan civitas akademika.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Aisyiyah atas kontrak penugasan kegiatan pengabdian masyarakat tahun 2020/2021. Komunitas BUKA LAPAK UNISA yang sudah bersedia menjadi mitra pengabdian kami. Google melalui Gapura Digital dan narasumber-narasumber bersedia bekolaborasi dalam menyiapkan materi yang dibutuhkan oleh anggota komunitas.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2, 100018.
- Dev, S. M., & Sengupta, R. (2020). Covid-19: Impact on the Indian economy. Indira Gandhi Institute of Development Research, Mumbai April.
- Singh, S., Kumar, R., Panchal, R., & Tiwari, M. K. (2020). Impact of COVID-19 on logistics systems and disruptions in food supply chain. *International Journal of Production Research*, 1-16.
- Samsiana, S., Handayanto, R. T., Gunarti, A. S. S., Raharja, I., Khasanah, F. N., Herlawati, H., ... & Benrahman, B. (2020). Optimasi Penggunaan Android Sebagai Peluang Usaha Di Masa Pandemik COVID'19. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat UBJ*, 3(2), 137-148.
- Khasanah, F. N., Samsiana, S., Handayanto, R. T., Gunarti, A. S. S., & Raharja, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51-62.
- Pantano, E., Pizzi, G., Scarpi, D., & Dennis, C. (2020). Competing during a pandemic? Retailers' ups and downs during the COVID-19 outbreak. *Journal of Business Research*, 116, 209-213.
- Li, T. (2020). A SWOT analysis of China's air cargo sector in the context of COVID-19 pandemic. *Journal of air transport management*, 88, 101875.
- Utami, H. N., Astuti, E. S., Ramadhan, H. M., Trialih, R., & Aprilian, Y. A. (2019). The interests of small-and medium-sized enterprises (SMEs) actor in using mobile commerce in effort to expand business network. *Journal of Science and Technology Policy Management*.
- Nugraheni, A. P., Pramudyastuti, O. L., & Sunaningsih, S. N. (2020). STRATEGY OF SMEs IN THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD. *Jurnal Akuntansi & Perpajakan Jayakarta*, 2(1), 45-52.
- Khajeheian, D. (2013). New venture creation in social media platform; Towards a framework for media entrepreneurship. In *Handbook of social media management* (pp. 125-142). Springer, Berlin, Heidelberg.

Website

bi.go.id