

Pembuatan Profil Usaha dan Pemberdayaan Masyarakat melalui Media Digital untuk Meningkatkan Produktivitas Masyarakat di Era Pandemi

(Company Profiles and Empowering Society through Digital Media to Increase Productivity Society in the Pandemic Era)

Luthfi Indana^{1*}, Rahmatina Hidayati², Haris Satriyawan³

^{1,2,3} Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang – Kota Malang

ARTICLE INFO

Article history

Received : 15 May 2022

Revised : 22 May 2022

Accepted : 18 June 2022

DOI :

<https://doi.org/10.33366/jast.v6i1.3297>

Keywords :

business profile; community productivity; digital media

*e-mail corresponding author :

luthfi.indana@unmer.ac.id

ABSTRAK

Pandemi yang melanda Indonesia menyebabkan kegiatan di bidang perdagangan, wisata dan investasi lesu. UMKM sebagai bagian dari perdagangan juga merasakan dampaknya yaitu berkurangnya permintaan produk UMKM mereka. Salah satu strategi yang dilakukan untuk menghidupkan kembali perekonomian adalah dengan melakukan promosi melalui media digital. Tujuan pengabdian ini adalah membuat produk digital sebagai sarana promosi dan edukasi kepada masyarakat. Metode yang digunakan adalah difusi iptek. Hasil dari pengabdian adalah video profil DD orchid dan BM Putra dan 1 video tutorial Pembuatan gula aren secara tradisional di NTT. Penggunaan media digital sebagai media promosi dapat mengurangi mobilitas dan mencegah penyebaran virus *covid-19*. Masyarakat menjadi paham profil usaha UMKM yang dibuat video profilnya dan cara pembuatan gula aren secara tradisional. Berdasarkan wawancara, untuk video profil UMKM hanya berpengaruh 5-10% bagi peningkatan penjualan/pemasaran produk mereka.

PENERBIT

UNITRI PRESS

Jl. Telagawarna, Tlogomas-
Malang, 65144, Telp/Fax:
0341-565500



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI. [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

ABSTRACT

The pandemic that hit Indonesia caused sluggish trade, tourism, and investment activities. As part of the trade, MSMEs also feel the impact, namely the reduced demand for their MSME products. One of the strategies taken to revive the economy is to carry out promotions through digital media. This service aims to make digital products as a means of promotion and education to the public. The method used is the diffusion of science and technology. The service results are profile videos of DD orchid and BM Putra and 1 video tutorial on Traditional palm sugar making in NTT. Using digital media as a promotional medium can reduce mobility and prevent the spread of the COVID-19 virus. The public understands the business profile of MSMEs whose profile videos are made and how to make palm sugar traditionally. Based on interviews, MSME profile videos only affect 5-10% of increasing sales/marketing of their products.

Cara Mengutip : Indana, L., Hidayati, R., Satriyawan, H. (2022). Pembuatan Profil Usaha dan Pemberdayaan Masyarakat melalui Media Digital untuk Meningkatkan Produktivitas Masyarakat di Era Pandemi. *JAST : Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi*, 6(1), 43-53. doi: <https://doi.org/10.33366/jast.v6i1.3297>

1. PENDAHULUAN

Wabah *corona virus-19 (covid-19)* yang terjadi di akhir tahun 2019 telah menggemparkan dunia tak terkecuali di Indonesia. Selain menyebabkan kepanikan, penyakit ini juga memakan banyak korban jiwa. Kasus penyebaran corona virus-19 itu nyatanya berlanjut sampai dengan tahun 2022 ini, telah ditemukan varian baru bernama *Omicron*. Berdasarkan data resmi dari website <https://covid19.go.id/> [1], jumlah kasus positif *covid-19* sampai dengan tanggal 1 maret 2022 mencapai 5,5 juta jiwa. Hal ini menyebabkan pemerintah mengambil kebijakan untuk melaksanakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) kembali setelah sebelumnya sudah melonggarkan kebijakan tersebut. Adapun rata-rata PPKM yang diterapkan di Indonesia adalah masuk pada level 3. Pada level ini, kapasitas respons pada *testing positivity rate* berada pada angka 5 – 15%.

PPKM Level 3 di kebanyakan daerah di Indonesia menyebabkan pekerjaan non-esensial menerapkan WFH (*Work From Home*), memberlakukan sistem *shift* pada pekerjaan esensial, pelayanan *take away/delivery* untuk tempat makan, kemudian pusat perbelanjaan, toko dan warung makan dibatasi hanya sampai dengan 25 persen, dan pemberlakuan kembali Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) bagi sekolah dan tempat ibadah dibuka 25% [2]. PPKM ini menyebabkan masyarakat harus beradaptasi kembali dengan aktifitas yang dibatasi. Hal ini tentu saja menyebabkan dampak pada perekonomian masyarakat khususnya di Indonesia.

Beberapa dampak wabah *covid-19* ini adalah banyaknya perusahaan yang gulung tikar, adanya pemutusan hubungan kerja secara masal, dan berkurangnya daya beli dan perputaran uang di masyarakat. Dampak ekonomi ini terjadi pada sisi perdagangan, investasi dan pariwisata [3]. Adapun dampak pada UMKM menurut Rais Agil Bahtiar [4] adalah penyerapan produk, ketersediaan bahan baku dan proses distribusi. UMKM sebagai salah satu roda penggerak perekonomian harus senantiasa eksis walaupun di era pandemi. Untuk meningkatkan eksistensi UMKM di era pandemi ini, promosi UMKM dilakukan melalui media digital seperti *youtube*, *instagram* dan media lainnya. Berdasarkan pengabdian [5] disebutkan bahwa penggunaan *digital marketing* pada UMKM keripik singkong terbukti bisa memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, strategi *digital marketing* ini juga terbukti membantu pemasaran UMKM Meubel di Banjarmasin. Jenis *digital marketing* yang dilakukan adalah Google Bisnis dan Instagram [6]. Pengabdian menggunakan *digital marketing* ini tidak hanya dilakukan di UMKM namun juga pada warga binaan Lembaga Pemasarakatan Kota Kendal, Jawa Tengah. Produk yang dipasarkan berupa hasil pertanian, perikanan dan peternakan [7]. *Digital marketing* dilakukan untuk mendukung masyarakat menghadapi era pandemi. Untuk menyehatkan kembali kondisi ekonomi nasional kuncinya adalah survival di tingkat individu dan entitas usaha. [8]

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ada 3 mitra yang terlibat, yaitu DD Orchid, BM Putra dan masyarakat Desa Noa, Kabupaten Manggarai Barat Provinsi Nusa

Tenggara Timur. Mitra pertama yaitu DD Orchid merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang budidaya tanaman anggrek. Pemiliknya bernama Dedek Setia Santoso. UMKM ini beralamat di Jalan Martorejo, Gang Orchid, RT 03/RW 03, Kelurahan Dadaprejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Mitra yang kedua adalah BM Putra, salah satu UMKM yang bergerak di bidang transportasi, tepatnya melayani bus pariwisata. Lokasi UMKM ini berada di Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan. Pemilik usaha ini bernama Dimas Cahya. Untuk mitra ketiga adalah kelompok masyarakat petani aren di desa Noa, Kabupaten Manggarai Barat Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Mitra pertama memiliki permasalahan di bidang promosi/pengenalan usaha. Selain sebagai UMKM, sebenarnya DD Orchid ini juga sebagai tempat edukasi bagi wisatawan dan pelajar. Disini wisatawan bisa melihat proses pembibitan, kultur jaringan dan pemeliharaannya. Namun adanya pandemi ini menyebabkan berkurangnya pengunjung sekaligus pembeli bunga anggrek dari DD Orchid. Berkurangnya omset pembelian ini berpengaruh juga pada ekonomi pegawai DD Orchid.

Mitra kedua yaitu BM Putra, sebuah UMKM yang bergerak pada perjalanan wisata. UMKM ini juga minim peminat saat pandemi berlangsung. Hal ini disebabkan adanya pembatasan kegiatan masyarakat dan diberlakukannya *social distancing*. Berkurangnya omset pada UMKM ini tentu juga berpengaruh pada perekonomian pemilik dan juga pegawainya.

Mitra ketiga yaitu adalah kelompok petani aren yang berada di Desa Noa, Kabupataan Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Kelompok masyarakat ini mempunyai mata pencaharian utama membuat gula aren. Adanya pandemi menyebabkan peningkatan permintaan gula aren dikarenakan gula aren ini sebagai bahan dalam pembuatan minuman-minuman herbal pencegah *civud-19*. Peningkatan permintaan namun tidak dibarengi dengan peningkatan produksi. Oleh karena itu terjadi kekurangan dalam produksi gula aren.

Berdasarkan permasalahan – permasalahan yang dialami ketiga mitra yang telah dijelaskan sebelumnya, pengabdian mempunyai solusi yaitu dengan membuat video profil dan video tutorial. Hal ini dikarenakan saat pandemi semua kegiatan dibatasi. Dengan media digital seperti video profil dan video tutorial, proses promosi tetap bisa berjalan dan tutorial dari suatu proses tetap bisa dilaksanakan. Semua masih bisa berjalan tanpa terganggu oleh *social distancing* dan pembatasan kegiatan masyarakat. Jadi tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu UMKM membuat video profil guna meningkatkan promosi usaha mereka dan juga membantu menyebarkan tutorial pembuatan gula aren secara tradisional agar masyarakat yang belum tau bisa ikut serta dan menjadikannya sebagai sumber usaha.

2. METODE KEGIATAN

Dalam menyikapi penurunan ekonomi masyarakat, maka salah satu cara meningkatkannya kembali adalah dengan memanfaatkan media digital. Penggunaan media

digital disini termasuk ke dalam *difusi ipteks*. Difusi iptek yang digunakan dalam pengabdian ini adalah dengan membuat video, yaitu video profil dan pemberdayaan masyarakat. Untuk profil usaha yang dibuat adalah usaha anggrek bernama DD ORCHID dan usaha bus Pariwisata BM Putra, sedangkan untuk pemberdayaan masyarakat pada video ini ditampilkan pembuatan gula aren tradisional di daerah Nusa Tenggara Timur. Pembuatan profil usaha dan pemberdayaan masyarakat ini dilakukan dengan tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi (perencanaan) beberapa hal yang dilakukan adalah membuat *storyline* dan *script* untuk memudahkan dalam tahap produksi nantinya. Ada 3 video yang dibuat dalam program pengabdian ini, yaitu 2 video dengan tema profil usaha dan 1 video bertema pemberdayaan masyarakat. Berikut ini adalah garis besar metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini:

1. Pra Produksi (Perencanaan)

Pada tahap pra produksi ini, mahasiswa membuat *storyline* dan *script* yang nantinya akan menjadi acuan dalam pembuatan video profil usaha dan pemberdayaan masyarakat. Berikut ini adalah *storyline* dan *script* dari salah satu video yang dibuat.

STORY LINE

TEMA : PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
 JUDUL : PENGOLAHAN GULA AREN TRADISIONAL DI KABUPATEN MANGGARAI BARAT, PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR
 LOKASI : DESA NOA, RT/RW : 01/01
 BAHASA : INDONESIA
 DURASI : 5 MENIT

Tabel 1. *Storyline* pembuatan video pengolahan gula aren tradisional

No	Skenario	Script Video	Script Audio	Durasi
1	<i>Opening scene</i>	Logo Unmer berputar 360' dan logo LPPM <i>still to out frame</i>	VO : " UNIVERSITAS MERDEKA MALANG MEMPERSEMBAHKANKKN TEMATIK 2022 " BS : Music slow	15'
2	Identitas Mahasiswa	Mahasiswa memperkenalkan diri.	Dialog mahasiswa: "Hallo teman-teman semua, perkenalkan nama saya Madre Volenta Adil, saya mahasiswa semester 6 Universitas MerdekaMalang,Fakultas Teknologi Informasi,jurusan Sistem Informasi".	11'
3	Intro	Mahasiswa mengenakan almamater, dan masker lalu dilampirkan deskripsi ringkas tujuan video.	VO : "ditengah pandemi covid-19, permintaan terhadap gula aren mengalami kenaikan, karena gula aren digunakan sebagai bahan campuran minuman untuk meningkatkan daya tahan dst....."	26'
4	Lokasi KKN	Mahasiswa menunjukkan lokasi tempat KKN berlangsung	VO: "kali ini saya berada di Desa Noa, Kecamatan Pacar, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur, di desa Noa ini"	9'

Langkah – langkah pengolahan gula aren	Mahasiswa melakukan dan menjelaskan proses pengolahan dari awal sampai akhir	VO: “Sebelum matahari terbit kami menuju lokasi dimana banyak terdapat pohon enau yang ditanam oleh warga setempat dst.....”	214’
5 <i>Closing Scene</i> Penutupan	Mahasiswa berdiri sambil membuat jamu dengan menggunakan hasil olahan gula aren	VO : “Inilah gula aren yang sudah jadi dan sebagai bahan campuran minuman yang bermanfaat bagi kesehatan di masa pandemi <i>covid-19</i> selain itu gula aren ini”	10’
Logo Unmer Malang Logo LPPM	Logo Unmer berputar 360’ Logo LPPM still to outframe	BS : Music slow	15’

2. Produksi

Pada tahap produksi ini, hal yang dilakukan adalah melakukan *shooting* atau merekam video yang nantinya akan menjadi hasil akhir dari pengabdian ini. Berikut ini adalah beberapa dokumentasi untuk pelaksanaan *shooting* yang dilakukan.



Gambar 1. Proses *shooting* video BM Putra



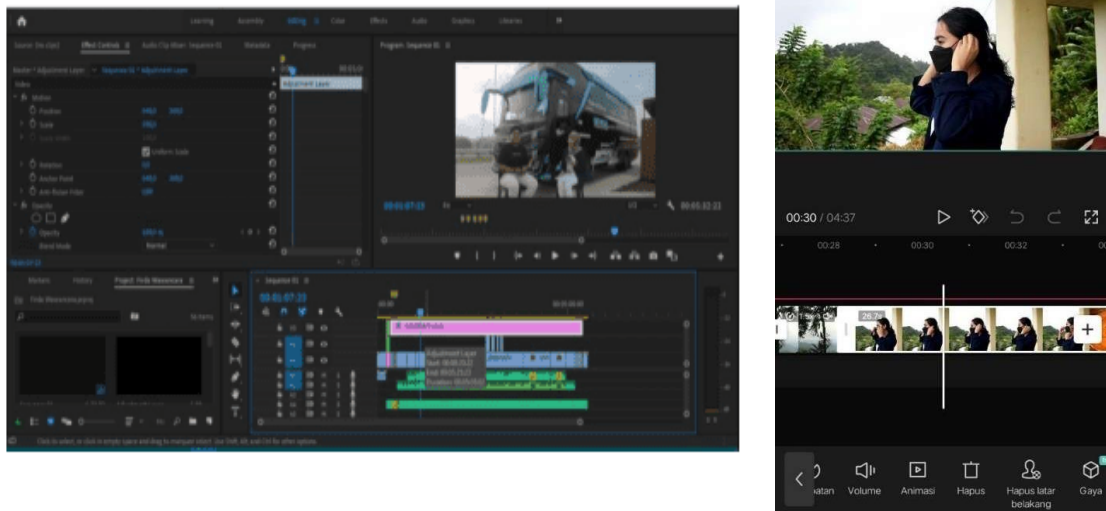
Gambar 2. Proses *shooting* DD Orchid



Gambar 3. Proses *shooting* pembuatan gula aren

3. Pasca Produksi (*Finishing*)

Proses pasca produksi ini meliputi pengumpulan video yang telah dibuat sebelumnya untuk selanjutnya dilakukan *editing* dan kemudian dikreasikan menjadi konten yang menarik. Klip video yang telah diambil pada saat pra produksi tadi ditambahkan transisi, efek dan *dubbing* untuk mengisi suara agar lebih jelas. Aplikasi yang digunakan pada pembuatan video ini beragam, yaitu aplikasi *Capcut* yang bisa dijalankan melalui ponsel, *Adobe Premiere* dan *Filmora* yang dijalankan menggunakan perangkat komputer. Berikut ini adalah proses *editing* video yang dilakukan:



Gambar 4. Proses *editing* video

3. KARYA UTAMA

Karya utama pada pengabdian ini adalah pembuatan video profil usaha dan video tutorial pembuatan gula aren secara tradisional. Untuk video profil usaha, usaha yang diangkat dalam pengabdian ini adalah usaha pembudidayaan bunga anggrek bernama DD Orchid dan usaha bus wisata bernama BM Putra. Adapun untuk video pemberdayaan masyarakat mengusung tema pembuatan gula aren tradisional yang dilakukan di Kabupaten Manggarai, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Jadi ada 3 video yang dihasilkan melalui kegiatan pengabdian ini yaitu seperti pada Gambar 4, 5 dan 6 di bawah ini.

Video ini dibuat dikarenakan usaha-usaha yang dijalankan di era pandemi tersebut mengalami penurunan omset. Daya beli masyarakat menurun sehingga perekonomianpun lesu [9]. Video ini menjadi salah satu solusi sebagai sarana promosi usaha agar bisa dikenal masyarakat luas. Untuk video pemberdayaan masyarakat melalui pembuatan gula aren dibuat agar ide ini bisa dimanfaatkan oleh masyarakat Nusa Tenggara Timur khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya sebagai sarana mendapatkan penghasilan. Apalagi bahan yang digunakan juga bisa diambil dari alam.

Video yang sudah selesai selanjutnya diupload ke *Youtube*. *Youtube* sebagai *search engine* video mempunyai banyak keunggulan dibandingkan *search engine* yang lainnya. Ini dikarenakan data yang diupload ke internet dalam bentuk video. Masyarakat akan lebih tertarik pada data yang dinamis dibandingkan dengan data yang statis. Berikut ini adalah hasil dari video yang telah diupload di *youtube*.

Pada gambar nomor 4 ini merupakan cuplikan dari video profil UMKM DD Orchid. Video ini berisi gambaran usaha UMKM DD Orchid yaitu membudidayakan tanaman anggrek dan kemudian menjualnya. Selanjutnya gambar 5 adalah cuplikan video pemberdayaan masyarakat yaitu pembuatan gula aren secara tradisional yang ada di Kabupaten Manggarai Barat, NTT. Sedangkan gambar 6 merupakan cuplikan dari video profil UMKM BM Putra. BM Putra adalah usaha bus pariwisata yang mengalami penurunan omset saat terjadi pandemi. Maka dengan adanya video profil ini diharapkan bisa meningkatkan omset/pendapatan UMKM tersebut.



Gambar 4. Profil usaha DD Orchid



Gambar 5. Pembuatan gula aren



Gambar 6. Profil usaha BM Putra

4. ULASAN KARYA

Video profil maupun video tutorial yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian ini mempunyai kelebihan dan kekurangan. Untuk kelebihannya adalah video profil membantu pemilik usaha memperkenalkan usahanya melalui media digital, selain itu mudah disebarkan melalui media sosial, seperti *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook*. Berdasarkan survey dari dataindonesia.id, ketiga media sosial tersebut merupakan media sosial yang sering digunakan masyarakat Indonesia dalam menyebarkan informasi [10]. Begitu pula untuk video tutorial pembuatan gula aren secara tradisional memiliki kelebihan mempunyai potensi untuk lebih mudah disebarluaskan kepada masyarakat, sehingga masyarakat akan bisa mengambil manfaat dari video ini. Berikut ini adalah link video untuk tutorial pembuatan gula aren di Kabupaten Manggarai Barat Provinsi Nusa Tenggara Timur https://www.youtube.com/watch?v=phUJTqL_17A&t=144s. Adapun untuk video profil UMKM DD Orchid, link URL nya adalah : <https://www.youtube.com/watch?v=W3DYtPJoT9k>. Untuk UMKM BM Putra link URL nya adalah sebagai berikut : https://drive.google.com/drive/folders/1K3R5s_Be6pH6Wna40_2pX9XsUo0HCeOo.

Kelebihannya lagi adalah video profil dan video tutorial tersebut bisa digunakan sebagai sarana promosi. Berdasarkan hasil penelitian [11] media sosial adalah sarana efektif yang digunakan untuk menyebarkan usaha, khususnya usaha kecil dan menengah (UMKM). Media sosial ini berperan dalam melakukan promosi dengan cara memberikan pesan persuasif agar bisa menarik perhatian konsumen. Adanya media sosial ini membuat manusia mempunyai pola baru dalam melakukan komunikasi [12].

Tentu saja video profil dan video tutorial ini masih memiliki beberapa kekurangan. Kekurangannya adalah video ini hanya menjangkau masyarakat yang memiliki akun media sosial, belum menggunakan *subtitle* sehingga tidak bisa mengakomodir apabila ada kalimat yang kurang jelas saat video diputar. Selain itu, dalam pembuatan video ini juga mengalami kesulitan yaitu mahasiswa belum mahir sehingga harus belajar dari nol untuk bisa menciptakan video yang menarik. Untuk masalah teknis berkaitan dengan pembuatan video yang lainnya bisa diatasi oleh mahasiswa.

Peluang pembuatan video profil, video tutorial dan sebagainya akan tetap bisa dilanjutkan karena sarana komunikasi yang memang menuntut masyarakat menggunakan media digital. Harapannya, video digital ini tidak hanya bisa disebarkan di media sosial namun bisa juga ditampilkan di tempat usaha pemilik usaha. Untuk video pemberdayaan masyarakat tentu saja semakin banyak yang menyebarkan tentu saja yang akan mengambil manfaat dari video ini juga akan semakin banyak. Karya baru yang diharapkan setelah adanya video profil dan video pemberdayaan masyarakat ini adalah *website* usaha atau biasa disebut *e-commerce* untuk UMKM – UMKM yang berkembang. *Website* merupakan salah satu solusi di bidang teknologi informasi yang bisa membantu meningkatkan jangkauan pasar dalam hal informasi dan pemasaran [13].

5. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Setelah adanya video profil ini, pemilik usaha DD Orchid dan BM Putra mendapatkan kemudahan dalam hal promosi usaha. Usaha mereka dipromosikan melalui *Youtube* dan juga disebarakan melalui *whatsapp* dan *instagram*. Manfaat dari pembuatan video profil ini mereka dikenal oleh masyarakat yang lebih luas, terbukti dari adanya banyak yang menghubungi untuk membeli produk dan menggunakan jasa mereka. Kebiasaan baru yang terjadi adalah penggunaan media sosial untuk melakukan pemesanan produk maupun jasa mereka. Berikut ini adalah daftar hasil kegiatan pengabdian.

Tabel 2. Hasil Kegiatan Pengabdian

No	Kegiatan	Hasil/Dampak dan Manfaat Kegiatan
1	Pembuatan Video Profil DD Orchid	Mitra memiliki video profil dan bisa digunakan untuk media promosi usahanya. Meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap UMKM mitra.
2	Pembuatan Video Profil BM Putra	Mitra memiliki video profil dan bisa digunakan untuk media promosi usahanya. Meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap UMKM mitra.
3	Pembuatan Video Tutorial Pembuatan Gula Aren Tradisional di Kabupaten Manggarai Barat, NTT.	Warga masyarakat mengetahui bagaimana cara pembuatan gula aren secara tradisional dan juga bisa digunakan sebagai peluang usaha mengingat meningkatnya permintaan gula aren di masa pandemi.

Berdasarkan wawancara dari mitra bahwa setelah adanya video profil yang dibuat untuk UMKM mereka memang ada perbedaan omzet. Namun hal itu ada berbagai macam faktor yaitu salah satunya adalah mulai berakhirnya pembatasan kegiatan masyarakat dan *social distancing* yang dihapuskan. Oleh karenanya video profil dan video tutorial ini hanya berpengaruh 5-10% pada peningkatan omzet/pendapatan UMKM.

Dari segi ekonomi, krisis yang disebabkan oleh pandemi ini menyebabkan kontraksi perekonomian global. Hal ini memukul dari sisi permintaan dan juga sisi penawaran perekonomian. Daya tekan pandemi ini sangat terasa di banyak negara termasuk di Indonesia[14]. Adanya media digital ini mulai menggeliatkan lagi perekonomian masyarakat. Ekonomi yang digitalisasi ini memiliki ketahanan bisnis dan secara signifikan mampu memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Ekonomi digital ini juga bisa berperan sebagai *business resilience* dan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia[15].

Adapun dampak yang diberikan dari pembuatan video pemberdayaan masyarakat ini adalah memberikan edukasi sekaligus masukan kepada masyarakat terkait ide untuk terus bergerak dalam himpitan ekonomi. Selain memberikan ide, video ini juga menyebarkan khazanah budaya bangsa melalui pembuatan gula aren secara tradisional. Selain bisa memacu perekonomian, video ini juga menambah *database* kearifan lokal.

6. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan produk berupa video profil dan video tutorial. Video profil terdiri dari 2 jenis usaha yaitu usaha anggrek DD Orchid dan usaha travel bus BM Putra. Sedangkan untuk video tutorial terdiri dari satu jenis video yaitu video pemberdayaan masyarakat mengenai pembuatan gula aren secara tradisional. Pembuatan video ini dimaksudkan untuk mendukung perekonomian masyarakat yang telah lesu karena efek dari virus *covid-19*. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah difusi iptek. Difusi iptek ini menghasilkan inovasi promosi yang dilakukan melalui pembuatan video profil dan video tutorial. Pemanfaatan iptek ini juga dimaksudkan untuk membatasi mobilitas masyarakat guna menekan penyebaran virus *covid-19*.

Untuk ke depannya tentu saja diharapkan tidak hanya melalui video tutorial dan video profil suatu usaha dipromosikan, bisa melalui *platform* digital menggunakan *e-commerce* yang sudah tersedia. Untuk pengembangan yang lebih baik adalah dengan membuat *website* penjualan resmi milik badan usaha/UMKM tersebut. Digitalisasi ekonomi diharapkan bisa membantu *business resilience* dan juga memberikan kemajuan ekonomi Indonesia.

7. PENGHARGAAN

Ucapan terima kasih, penulis sampaikan kepada pemilik usaha anggrek DD Orchid, BM Putra, masyarakat Desa Noa RT 01/RW 01, Kab. Manggarai Barat, Prov. NTT, tim LPPM Unmer Malang serta mahasiswa yang terlibat dalam pembuatan video profil dan video tutorial ini.

8. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Covid19.go.id, "Website Resmi Perkembangan Kasus Covid 19 Indonesia," *Covid19.go.id*, 2022. .
- [2] D. Detikcom, "PPKM Level 3 Artinya Apa_ Ini Makna, Aturan dan Daftar Daerahnya," *detik.com*, 2021. .
- [3] Y. Sumarni, "Pandemi Covid 19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis," *Al-Intaj J. Ekon. dan Perbank. Syariah*, vol. 2, no. 1, pp. 46–58, 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/Al-Intaj/article/viewFile/3358/2666>.
- [4] R. A. Bahtiar and J. P. Saragih, "DAMPAK COVID-19 TERHADAP PERLAMBATAN," *Singkat*, vol. XII, no. 6, pp. 19–24, 2020.
- [5] B. Susanto, A. Hadianto, F. N. Chariri, M. Rochman, M. M. Syaukani, and A. A. Daniswara, "Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Community Empower.*, vol. 6, no. 1, pp. 42–47, 2020, doi: 10.31603/ce.4244.
- [6] R. J. NAIMAH, M. W. WARDHANA, R. HARYANTO, and A. PEBRIANTO, "Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *J. IMPACT*

- Implement. Action*, vol. 2, no. 2, p. 39, 2020, doi: 10.31961/impact.v2i2.844.
- [7] I. S. Melati, M. Margunani, S. Mudrikah, and L. K. Pitaloka, “Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan,” *Panrita Abdi - J. Pengabd. pada Masy.*, vol. 4, no. 2, p. 155, 2020, doi: 10.20956/pa.v4i2.7685.
- [8] W. Hadiwardoyo, “Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19,” *Baskara J. Bus. Entrep.*, vol. 2, no. 2, pp. 83–92, 2020, doi: 10.24853/baskara.2.2.83-92.
- [9] A. Alfin, “Jurnal Inovasi Penelitian,” *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 11, pp. 2255–2262, 2021.
- [10] M. I. Mahdi, “Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022,” 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.
- [11] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House),” *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019, [Online]. Available: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>.
- [12] E. D. S. Watie, “Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media),” *J. Messenger*, vol. 3, no. 2, p. 69, 2016, doi: 10.26623/themessenger.v3i2.270.
- [13] M. Muharam and A. G. Persada, “Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo,” *Automata*, vol. 1, no. 2, pp. 22–29, 2020.
- [14] S. Maryanti, I. O. Netrawati, and F. Faezal, “Menggerakkan Perekonomian Melalui Pemulihan Usaha Dan Industri Mikro Kecil Menengah Pasca Bencana Gempa Bumi Di Nusa Tenggara Barat,” *Media Bina Ilm.*, vol. 14, no. 4, p. 2321, 2019, doi: 10.33758/mbi.v14i4.342.
- [15] N. I. Nizar and A. N. Sholeh, “Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19,” *J. Madani Ilmu Pengetahuan, Teknol. dan Hum.*, vol. 4, no. 1, pp. 87–99, 2021, doi: 10.33753/madani.v4i1.163.