

# Pemberdayaan Pedagang Kecil Untuk Dapat Bertahan Pasca Pandemi Di Kelurahan Cibereum Kecamatan Cisarua Jawa Barat

Winaya Purwanti<sup>1</sup>, Achmad Jaelani<sup>2</sup>, Hastuti Indra Sari<sup>3</sup>, Bambang Santosa<sup>4</sup>,  
Rachmad Risqy Kurniawan<sup>5</sup>, Asep Saefudin<sup>6</sup>, Henny Risnawati<sup>7</sup>

<sup>1</sup>Manajemen dan Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Swadaya, Jakarta, Indonesia

Email : <sup>1</sup>[winayapurwanti@gmail.com](mailto:winayapurwanti@gmail.com), <sup>2</sup>[achmadjaelani0170@gmail.com](mailto:achmadjaelani0170@gmail.com), <sup>3</sup>[Indrasarihastuti16@gmail.com](mailto:Indrasarihastuti16@gmail.com),

<sup>4</sup>[bambangdonsantoso@gmail.com](mailto:bambangdonsantoso@gmail.com), <sup>5</sup>[rah.rizqy@gmail.com](mailto:rah.rizqy@gmail.com), <sup>6</sup>[asepsaifudin1769@gmail.com](mailto:asepsaifudin1769@gmail.com),

<sup>7</sup>[henny@straitliner.com](mailto:henny@straitliner.com)

**Abstrak** – Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak yang signifikan pada sektor usaha, termasuk para pedagang kecil di Kelurahan Cibereum. Pembatasan sosial, penutupan tempat usaha, dan pergeseran perilaku konsumen mengakibatkan penurunan pendapatan dan kesulitan ekonomi bagi pedagang kecil tersebut. Tujuan dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat pada pedagang kecil di Kelurahan Cibereum adalah dalam upaya pemberdayaan agar pedagang kecil dapat bertahan dan pulih setelah pandemi. Adapun hasil pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga masyarakat, dan pedagang kecil merupakan faktor kunci dalam mencapai pemberdayaan yang efektif. Memanfaatkan teknologi digital dan platform online dapat membantu pedagang kecil mengatasi batasan geografis, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas jangkauan pasar.

**Kata Kunci:** Covid-19, Pedagang Kecil, Pengetahuan, Kolaborasi, Teknologi

**Abstract** – *The COVID-19 pandemic has had a significant impact on the business sector, including small traders in the Cibereum District. Social restrictions, business closures, and shifts in consumer behavior have resulted in decreased income and economic difficulties for these small traders. The purpose of community service activities for small traders in the Cibereum District is to empower them to survive and recover after the pandemic. The outcomes of this community service include improving knowledge and skills. Collaboration between the government, community institutions, and small traders is a key factor in achieving effective empowerment. Utilizing digital technology and online platforms can help small traders overcome geographical limitations, enhance operational efficiency, and expand market reach.*

**Keywords:** Covid-19, Small Traders, Knowledge, Collaboration, Technology

## 1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 telah menyebabkan dampak sosial, ekonomi, dan kesehatan yang signifikan. Salah satu sektor yang terdampak parah adalah sektor perdagangan, terutama para pedagang kecil yang beroperasi di tingkat lokal. Pedagang kecil di Kelurahan Cibereum, seperti di banyak wilayah lainnya, mengalami tantangan yang besar dalam menjalankan usaha mereka selama periode pandemi ini. Pembatasan sosial, penutupan sementara, dan perubahan perilaku konsumen telah menghantam pedagang kecil dengan keras. Banyak dari mereka mengalami penurunan pendapatan yang drastis, kesulitan dalam memenuhi kebutuhan operasional, dan bahkan beberapa di antaranya terpaksa menghentikan usaha mereka secara permanen. Situasi ini mengancam kelangsungan hidup pedagang kecil sebagai pilar ekonomi di Kelurahan Cibereum.

Dalam konteks ini, penting bagi kita untuk melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada pemberdayaan pedagang kecil agar dapat bertahan dan pulih pasca pandemi. Melalui program ini, kami bertujuan untuk memberikan dukungan, pelatihan, dan pemahaman yang diperlukan bagi para pedagang kecil di Kelurahan Cibereum agar mereka dapat menghadapi tantangan ekonomi pasca pandemi dengan lebih baik. Dengan melakukan upaya pemberdayaan, kami berharap pedagang kecil dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam mengelola usaha mereka, mengadaptasi model bisnis, memanfaatkan teknologi digital, meningkatkan daya saing, dan mendiversifikasi produk atau layanan. Dengan demikian, mereka akan memiliki kesempatan yang lebih baik untuk bertahan, pulih, dan tumbuh di masa mendatang.

Laporan pengabdian kepada masyarakat ini akan memaparkan secara detail langkah-langkah yang kami ambil dalam program pemberdayaan pedagang kecil di Kelurahan Cibereum, hasil yang telah dicapai, serta rekomendasi untuk kelangsungan program ini. Diharapkan laporan ini dapat menjadi panduan dan acuan bagi pihak-pihak terkait dalam melaksanakan program serupa di wilayah lain yang menghadapi tantangan serupa. Dengan upaya bersama dan dukungan dari berbagai pihak, kami yakin bahwa pedagang kecil di Kelurahan Cibereum dapat bangkit dan berkontribusi dalam pemulihan ekonomi setelah pandemi.

### **1.1. Tujuan Pengabdian**

Program pemberdayaan pedagang kecil untuk dapat bertahan pasca pandemi di Kelurahan Cibereum bertujuan untuk mencapai beberapa tujuan utama berikut:

1) Meningkatkan Keterampilan dan Pengetahuan Pedagang Kecil.

Melalui program ini, kami bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendidikan yang relevan kepada pedagang kecil di Kelurahan Cibereum. Tujuannya adalah meningkatkan keterampilan mereka dalam mengelola usaha, termasuk manajemen keuangan, pemasaran, penggunaan teknologi digital, dan strategi adaptasi bisnis. Dengan peningkatan keterampilan dan pengetahuan ini, pedagang kecil akan lebih siap menghadapi perubahan dan tantangan pasca pandemi.

2) Memperkuat Model Bisnis Pedagang Kecil.

Salah satu tujuan program ini adalah membantu pedagang kecil untuk memperkuat model bisnis mereka. Kami akan memberikan bimbingan dan konsultasi kepada pedagang kecil untuk mendiversifikasi produk atau layanan, meningkatkan kualitas, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, dan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, pedagang kecil akan memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan dan bersaing di tengah persaingan yang semakin ketat.

3) Mendorong Kolaborasi dan Jaringan Pedagang Kecil.

Program ini juga bertujuan untuk memfasilitasi kolaborasi dan membangun jaringan antara pedagang kecil di Kelurahan Cibereum. Kami akan mengadakan pertemuan, lokakarya, dan kegiatan lain yang memungkinkan mereka saling berbagi pengalaman, ide, dan sumber daya. Dengan memperkuat jaringan ini, pedagang kecil akan mendapatkan manfaat dari kolaborasi yang lebih baik, pertukaran informasi, dan dukungan kolektif untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi.

4) Mendorong Penerapan Inovasi dan Teknologi.

Program ini juga memiliki tujuan untuk mendorong pedagang kecil di Kelurahan Cibereum untuk menerapkan inovasi dan teknologi dalam usaha mereka. Kami akan memberikan pemahaman tentang perkembangan teknologi terkini dan memberikan bimbingan tentang cara memanfaatkannya untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengembangkan saluran penjualan online, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Dengan adopsi inovasi dan teknologi yang tepat, pedagang kecil akan dapat mengoptimalkan potensi pertumbuhan mereka.

5) Melalui mencapai tujuan-tujuan ini, program pemberdayaan pedagang kecil di Kelurahan Cibereum diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan dalam memperkuat usaha pedagang kecil, mempertahankan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi setelah pandemi.

### **1.2. Ruang Lingkup Pengabdian**

Program pemberdayaan pedagang kecil untuk dapat bertahan pasca pandemi di Kelurahan Cibereum memiliki ruang lingkup yang mencakup beberapa aspek penting dalam mendukung keberhasilan program ini. Berikut adalah ruang lingkup yang dijadikan fokus dalam pengabdian kepada masyarakat ini:

1) Identifikasi Pedagang Kecil.

Program ini akan melibatkan pendataan dan identifikasi pedagang kecil yang beroperasi di Kelurahan Cibereum. Pedagang kecil yang terlibat dapat mencakup berbagai jenis usaha seperti warung makan, toko kelontong, kios, penjual kaki lima, dan usaha mikro lainnya yang memiliki peran penting dalam ekonomi lokal.

2) Pelatihan dan Pendidikan.

Program ini akan menyelenggarakan serangkaian pelatihan dan pendidikan untuk pedagang kecil. Ruang lingkup pelatihan mencakup manajemen keuangan, pemasaran, penggunaan teknologi digital, strategi adaptasi bisnis, pengembangan keterampilan kewirausahaan, dan aspek lain yang relevan untuk memperkuat keterampilan dan pengetahuan pedagang kecil.

3) Pendampingan dan Bimbingan.

Selain pelatihan, program ini juga akan menyediakan pendampingan dan bimbingan kepada pedagang kecil. Tim pengabdian akan memberikan dukungan dalam menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh, membantu pedagang kecil mengembangkan rencana bisnis, mengatasi hambatan yang dihadapi, dan memberikan saran untuk meningkatkan kinerja usaha.

4) Diversifikasi Produk dan Layanan.

Program ini akan mendorong pedagang kecil untuk diversifikasi produk atau layanan yang mereka tawarkan. Dalam ruang lingkup ini, program akan memberikan panduan dan strategi untuk mengidentifikasi peluang baru, mengembangkan produk inovatif, dan mengoptimalkan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

5) Pemanfaatan Teknologi Digital.

Program ini juga akan mengarahkan pedagang kecil dalam pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha. Mereka akan diberikan pemahaman tentang pentingnya kehadiran online, pemasaran melalui media sosial, penggunaan platform e-commerce, dan alat-alat teknologi lainnya yang dapat membantu dalam mengembangkan dan memperluas jangkauan usaha.

6) Kolaborasi dan Jaringan.

Program ini akan mendorong kolaborasi dan membangun jaringan antara pedagang kecil di Kelurahan Cibereum. Pertemuan rutin, lokakarya, dan kegiatan lainnya akan diadakan untuk memfasilitasi pertukaran informasi, sharing best practices, serta mendukung kolaborasi dalam mengatasi tantangan bersama dan mengoptimalkan peluang bisnis.

7) Evaluasi dan Monitoring.

Selama pelaksanaan program, akan dilakukan evaluasi dan monitoring secara berkala untuk mengukur dampak dan efektivitas program. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa program pemberdayaan pedagang kecil di Kelurahan Cibereum mencapai tujuan yang ditetapkan dan memberikan manfaat yang maksimal bagi pedagang kecil.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

### **2.1 Desain Kegiatan**

Desain kegiatan pengabdian masyarakat :

1) Pelatihan dan Pendampingan Bisnis.

Mengadakan serangkaian pelatihan bisnis yang meliputi manajemen usaha, perencanaan keuangan, pemasaran, pengelolaan inventaris, dan penggunaan teknologi. Menyediakan pendampingan langsung kepada pedagang kecil untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh dalam operasional bisnis mereka.

2) Pemetaan dan Pengembangan Akses Pasar.

Melakukan pemetaan pasar lokal dan potensi pelanggan di Kelurahan Cibereum. Mengadakan kegiatan promosi dan pemasaran bersama, seperti pameran, festival, atau pasar rakyat, untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk pedagang kecil. Membantu pedagang kecil dalam memperluas akses mereka ke platform e-commerce atau pasar online.

3) Pemberdayaan Digital

Mengadakan pelatihan keterampilan digital kepada pedagang kecil, termasuk penggunaan platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi bisnis. Membantu pedagang kecil dalam membuat profil bisnis online, mengelola konten digital, dan memperluas jangkauan pemasaran mereka melalui internet.

4) Pengembangan Program Kemitraan.

Menghubungkan pedagang kecil dengan mitra potensial, seperti lembaga keuangan, produsen lokal, atau organisasi pemasaran. Membantu dalam negosiasi dan pembentukan kemitraan yang saling menguntungkan untuk memperluas akses ke sumber daya, pembiayaan, dan peningkatan kapasitas.

5) Kampanye Kesadaran Masyarakat.

Mengadakan kampanye sosialisasi dan pendidikan masyarakat mengenai pentingnya mendukung pedagang kecil pasca pandemi. Melibatkan masyarakat dalam acara-acara promosi lokal, seperti "Hari Belanja Lokal" atau "Pekan UMKM", untuk meningkatkan kesadaran dan menggerakkan partisipasi dalam membeli produk dari pedagang kecil.

6) Evaluasi dan Pemantauan.

Melakukan evaluasi terhadap dampak kegiatan pemberdayaan yang dilakukan secara berkala. Memantau perkembangan pedagang kecil setelah mengikuti kegiatan pemberdayaan untuk mengukur keberhasilan dan memberikan bantuan tambahan jika diperlukan.



**Gambar 1.** Kegiatan PKM Dan Narasumber

## 2.2 Persiapan Kegiatan

Adapun persiapan yang perlu dilakukan sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat :

1) Identifikasi Kebutuhan.

Lakukan penelitian atau survei terlebih dahulu untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pedagang kecil di Kelurahan Cibereum pasca pandemi. Melibatkan para pedagang kecil dan pemangku kepentingan lokal dalam proses ini akan membantu memperoleh wawasan yang lebih mendalam.

2) Tim Pengabdian.

Bentuk tim pengabdian yang terdiri dari anggota yang memiliki latar belakang dan keahlian yang sesuai dengan tujuan pengabdian, seperti akademisi, praktisi bisnis, atau ahli pemasaran. Pastikan tim memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam bidang pemberdayaan pedagang kecil dan penanganan dampak pandemi.

3) Rencana Kegiatan.

Buat rencana kegiatan yang rinci, termasuk jadwal, tujuan, metode, dan hasil yang diharapkan dari setiap kegiatan. Rencana ini harus mencakup serangkaian kegiatan yang telah disebutkan sebelumnya, seperti pelatihan, pembentukan koperasi, pemetaan pasar, pemberdayaan digital, pengembangan program kemitraan, dan kampanye kesadaran masyarakat.

4) Kerjasama dengan Pihak Terkait

Jalin kerjasama dengan pemerintah setempat, organisasi masyarakat, lembaga keuangan, dan pihak-pihak terkait lainnya yang dapat mendukung pelaksanaan kegiatan pemberdayaan. Koordinasi yang baik dengan pihak terkait akan memperkuat dampak kegiatan dan memastikan adanya dukungan yang diperlukan.

5) Anggaran dan Sumber Daya.

Buat perencanaan anggaran yang mencakup biaya operasional, honorarium, transportasi, materi pelatihan, bahan promosi, dan sumber daya lainnya yang diperlukan. Identifikasi sumber daya yang tersedia, baik dari lembaga pendanaan, sponsor, atau sumbangan masyarakat.

6) Komunikasi dan Promosi.

Rancang strategi komunikasi dan promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pemberdayaan. Gunakan media sosial, situs web, selebaran, atau ceramah di komunitas lokal untuk mempromosikan kegiatan dan manfaatnya bagi pedagang kecil dan masyarakat.

7) Evaluasi dan Monitoring

Tetapkan metode evaluasi dan monitoring yang akan digunakan untuk menilai keberhasilan kegiatan dan dampaknya terhadap pedagang kecil dan Kelurahan Cibereum secara keseluruhan. Buat instrumen evaluasi, seperti kuesioner atau wawancara, untuk mengumpulkan umpan balik dari peserta kegiatan.

### **2.3 Pelaksanaan Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 25 Februari s/d 25 April 2023 dengan tema "Pemberdayaan Pedagang Kecil untuk Dapat Bertahan Pasca Pandemi di Kelurahan Cibereum" meliputi :

1) Pelatihan dan Pendampingan.

Melaksanakan serangkaian pelatihan dan pendampingan kepada pedagang kecil mengenai manajemen bisnis, pemasaran, keuangan, dan keterampilan teknis yang relevan. Pastikan pelatihan dilakukan secara interaktif dan praktis sehingga peserta dapat mengaplikasikan langsung dalam bisnis mereka.

2) Pemetaan dan Pengembangan Akses Pasar.

Lakukan pemetaan pasar lokal untuk mengidentifikasi peluang pasar dan potensi pelanggan. Bantu pedagang kecil dalam mengembangkan strategi pemasaran, branding, dan promosi produk mereka. Organisir kegiatan promosi, seperti pameran atau pasar rakyat, yang melibatkan pedagang kecil dan menarik minat masyarakat.

3) Pemberdayaan Digital.

Sediakan pelatihan dan dukungan dalam penerapan teknologi digital bagi pedagang kecil, termasuk penggunaan platform e-commerce, pemasaran online, dan manajemen bisnis digital.

Bantu mereka dalam membuat profil bisnis online, mengelola transaksi digital, dan meningkatkan visibilitas online.

4) Pengembangan Program Kemitraan.

Fasilitasi pertemuan antara pedagang kecil dengan mitra potensial, seperti lembaga keuangan, produsen lokal, atau organisasi pemasaran. Bantu dalam negosiasi kemitraan yang saling menguntungkan, seperti program pembiayaan usaha, akses ke bahan baku, atau promosi bersama.

5) Kampanye Kesadaran Masyarakat.

Organisir kampanye sosialisasi dan pendidikan masyarakat mengenai pentingnya mendukung pedagang kecil pasca pandemi. Gunakan berbagai media komunikasi, seperti media sosial, pamflet, spanduk, atau acara komunitas, untuk menyampaikan pesan penting tentang keberadaan pedagang kecil dan manfaat belanja lokal.

6) Evaluasi dan Pemantauan.

Lakukan evaluasi secara berkala terhadap keberhasilan kegiatan dan dampaknya terhadap pedagang kecil dan Kelurahan Cibereum. Gunakan instrumen evaluasi yang telah disiapkan sebelumnya, seperti kuesioner atau wawancara, untuk mengumpulkan umpan balik dari peserta. Pemantauan terus-menerus diperlukan untuk mengevaluasi keberlanjutan program pemberdayaan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Evaluasi Kegiatan

Hasil evaluasi dari kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain :

- 1) Tujuan pengabdian masyarakat dengan pemberdayaan pedagang kecil di Kelurahan Cisarua pasca pandemi dapat bertahan saat ini, meskipun daya beli masyarakat belum terlalu tinggi dan persaingan usaha sejenis relative banyak.
- 2) Metode dan strategi yang digunakan pada kegiatan pengabdian tersebut efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan para pedagang kecil.
- 3) Adapun dampak positif dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu para pedagang menyadari dan memahami bahwa dalam melakukan dagang harus menjaga mutu dan adanya inovasi produknya.
- 4) Para pedagang menginginkan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara rutin dan berkesinambungan, dimana kegiatan ini sangat bermanfaat buat mereka.



**Gambar 2.** Pemaparan Materi Kegiatan PKM

#### 3.2 Kesulitan dan Kendala

Adapun kesulitan dan kendala yang dihadapi para pedagang meliputi :

- 1) Pedagang kecil mungkin menghadapi kendala dalam mengakses sumber daya yang diperlukan untuk meningkatkan usaha mereka, seperti modal, peralatan, atau bahan baku. Keterbatasan akses ini dapat membatasi kemampuan mereka untuk bertahan pasca pandemi.
- 2) Pedagang kecil menghadapi kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan yang terjadi akibat pandemi. Mereka perlu memahami dan mengimplementasikan protokol kesehatan, beralih ke model bisnis online atau pengiriman, atau mengubah strategi pemasaran mereka. Tantangan ini dapat menghambat upaya pemberdayaan pedagang kecil.
- 3) Pedagang kecil membutuhkan pengetahuan dan keterampilan tambahan untuk dapat beradaptasi dengan kondisi pasca pandemi. Misalnya, mereka mungkin perlu belajar tentang manajemen keuangan, pemasaran digital, atau teknik pengembangan produk. Kurangnya akses terhadap pelatihan dan pendidikan yang sesuai dapat menjadi kendala dalam upaya pemberdayaan.
- 4) Pedagang kecil membutuhkan dukungan dari pemerintah atau lembaga lainnya dalam hal akses ke modal, pelatihan, dan bantuan teknis. Namun, keterbatasan dukungan ini dapat menjadi kendala dalam upaya pemberdayaan pedagang kecil.

### **3.3 Pelajaran yang didapatkan**

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat beberapa pelajaran yang dapat dipetik adalah:

- 1) Kegiatan ini menekankan pentingnya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pedagang kecil untuk dapat bertahan pasca pandemi.
- 2) Kegiatan ini pentingnya memperluas akses pedagang kecil terhadap sumber daya yang diperlukan, seperti modal, peralatan, atau bahan baku. Pelajaran ini menunjukkan bahwa pemberian dukungan yang tepat secara finansial dan non-finansial dapat membantu pedagang kecil untuk mengatasi hambatan dan meningkatkan kinerja usaha mereka.
- 3) Kegiatan ini menekankan pentingnya kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, lembaga masyarakat, dan pedagang kecil itu sendiri.
- 4) Pandemi telah memaksa pedagang kecil untuk beradaptasi dengan perubahan yang cepat. Pelajaran yang dapat dipetik adalah pentingnya fleksibilitas dan kesiapan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.



**Gambar 3.** Contoh Beberapa Pedagang Kecil

## **4. KESIMPULAN**

### **4.1. Kesimpulan**

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema "Pemberdayaan Pedagang Kecil untuk Dapat Bertahan Pasca Pandemi di Kelurahan Cibereum" adalah sebagai berikut:

- 1) Pemberdayaan pedagang kecil sangat penting untuk membantu mereka bertahan dan berkembang pasca pandemi. Dengan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan akses ke

sumber daya, pedagang kecil dapat menghadapi tantangan ekonomi dan sosial yang dihadapi setelah pandemi.

- 2) Kolaborasi antara pemerintah, lembaga masyarakat, dan pedagang kecil merupakan faktor kunci dalam mencapai pemberdayaan yang efektif. Kerja sama yang erat dan saling mendukung antara berbagai pemangku kepentingan memungkinkan penggunaan sumber daya yang lebih efisien dan penyebaran praktik terbaik.
- 3) Penerapan teknologi dan inovasi adalah elemen penting dalam pemberdayaan pedagang kecil. Memanfaatkan teknologi digital dan platform online dapat membantu pedagang kecil mengatasi batasan geografis, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas jangkauan pasar mereka.
- 4) Evaluasi partisipatif dan umpan balik dari pedagang kecil dan pemangku kepentingan lainnya sangat penting dalam mengukur keberhasilan dan efektivitas kegiatan. Melibatkan mereka dalam proses evaluasi dapat membantu mengidentifikasi kelemahan dan area peningkatan untuk kegiatan selanjutnya.

## REFERENCES

- Avriyanti, S. (2021). Strategi Bertahan Bisnis Di Tengah Pandemi Covid-19 Dengan Memanfaatkan Bisnis Digital (Studi Pada Ukm Yang Terdaftar Pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, 5(1), 60-74.
- Budiyantri, E. (2020). Dampak virus corona terhadap sektor perdagangan dan pariwisata Indonesia. *Info Singkat XII*,(4).
- Firdaus, S. A., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46-62.
- 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)
- Jumhur, J. (2015). Model Pengembangan Pedagang Kaki Lima (PKL) Kuliner di Kota Singkawang. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 4(1), 125- 139.
- Komara, B. D., Setiawan, H. C. B., & Kurniawan, A. (2020). Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 342-359.
- Nimpa, B. J. (2018). Strategi Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (Ptb) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. *Jurnal Environmental Science*, 1(1).
- Prasetya, A. (2020). Pengalaman Pekerja Informal Ditengah Pandemi Covid-19 Di Kota Bandung. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 2(2).
- Rohima, S. (2015). Entrepreneurship dalam Pemberdayaan Diri Masyarakat Miskin. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 13(1), 37-52.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *IKRA-ITH EKONOMIKA*, 4(1), 122-127.
- Sabariah, E. (2021). Strategi Mempertahankan Energi Dinamis Suatu Wirausaha Pada Perubahan Fenomena Khususnya Fenomena Pandemic Covid 19 Berbasis Pengetahuan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1), 19-31.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaikani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47.
- Susilo, Y., Wijayanti, E., & Santoso, S. (2021). Penerapan Teknologi Digital Pada Ekonomi Kreatif Pada Bisnis Minuman Boba. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 457-468.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16-29.

- Syaifulloh, S., Maulana, A., Karnadi, V., & Tantowi, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Kecamatan Batu Aji Kota Batam. *Jurnal Abdikmas*, 1(1), 1-5
- Yatiningrum, A., Hendra, J., & Saifulloh, S. (2017). Analisis Pengaruh Pemberdayaan Wanita Pedagang Sektor Informal Terhadap Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 55-63.