

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DI MASA PANDEMI COVID-19 OLEH PKK KELURAHAN SEI SIKAMBING D

Ngatno Sahputra¹, Budi Antoro^{1*},
Zulham²

¹⁾ Manajemen, Universitas
Dharmawangsa

²⁾ Sistem Informasi, Universitas
Dharmawangsa

Article history

Received : 2 Februari 2021

Revised : 19 Februari 2021

Accepted : 21 April 2021

*Corresponding author

Budi Antoro

Email :

budiantoro01@gmail.com

Abstrak

Organisasi PKK Kelurahan Sei Sikambing D memiliki lebih kurang 20 anggota pelaku usaha diberbagai bidang seperti kuliner, salon, konter pulsa, jajanan anak-anak, produk keterampilan yang semua itu dilakukan oleh kaum ibu rumah tangga dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan membantu pendapatan dalam keluarga yang belakangan mengalami kendala karena kondisi pandemi covid-19. Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan dengan metode penyuluhan dalam bentuk pelatihan dan diskusi terhadap mitra, pembekalan pemanfaatan media digital blogspot sebagai strategi pengembangan usaha dimasa pandemi Covid-19 dirasa lebih efektif dan efisien. Hal ini terlihat dari bertambahnya variasi produk sesuai perkembangan sebagai inovasi terbaru dengan tetap memanfaatkan bahan lokal yang tersedia disekitar mitra, pembukaan gerai baru skala kecil sebagai sampingan usaha lama dan mahir memanfaatkan media digital blogspot dengan konten-konten unik menarik perhatian konsumen yang menjadi tolak ukur keberhasilan kegiatan PkM ini

Kata Kunci: Blogspot, Covid-19, Pandemi, Strategi, Usaha

Abstract

The PKK organization of Sei Sikambing D Village has approximately 20 members of business actors in various fields such as culinary, salon, credit counters, children's snacks, skills products carried out by housewives to improve welfare and help income in recent families experiencing problems due to the covid-19 pandemic conditions. Through Community Service activities through outreach methods in the form of training and discussions with partners, using Blogspot as digital media, a business development strategy during the Covid-19 pandemic is more effective and efficient. This can be seen from the increasing variety of products according to developments as the latest innovations by continuing to utilize local materials available around partners, opening small scale new graphics as a side for old businesses, and being adept at using Blogspot digital media with unique content that attracts the attention of consumers which is a measure of success the program.

Keywords: Blogspot, Covid-19, Pandemic, Strategy, Effort

Copyright © 2021 Ngatno Sahputra, Budi Antoro & Zulham

PENDAHULUAN

Kelurahan Sei Sikambing D merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Medan Petisah kota Medan dan merupakan kelurahan dengan jarak paling dekat ke kantor Kecamatan Medan Petisah yaitu 0,5 Km. Kelurahan Sei Sikambing D memiliki luas daerah 0,91 Km² atau 18,46% dari luas seluruh Kecamatan Medan Petisah dan dihuni oleh ± 9.548 jiwa dalam 2.389 rumah tangga (Kepala Keluarga) pada tahun 2019 (BPS, 2020). Organisasi PKK Kelurahan Sei Sikambing D memiliki lebih kurang 20 anggota pelaku usaha di berbagai bidang seperti kuliner, salon, konter pulsa, jajanan anak-anak, produk keterampilan yang semua itu dilakukan oleh kaum ibu rumah tangga dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan membantu pendapatan dalam keluarga.

Pemberdayaan organisasi PKK seperti digambarkan di atas memang sangat dibutuhkan saat sekarang ini. Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa kondisi perekonomian dunia secara umum, dan kondisi ekonomi negara Indonesia secara khusus mengalami penurunan yang sangat tajam disebabkan merebaknya virus yang menjadi pandemi selama kurun waktu hampir setahun belakangan. Covid-19 bukan sekadar bencana yang mengancam kesehatan saja, tetapi menimbulkan kekacauan perokonomian. Covid-19 tidak hanya

mengancam perekonomian pada sektor industri besar saja, tetapi menghantam para pelaku UMKM di Indonesia.

Banyak pelaku usaha kecil yang menjadi bagian dari kekacauan perekonomian akibat krisis Covid-19 dengan menutup usaha untuk sementara waktu sebagai upaya menyalasi kendala arus kas perusahaan yang terus berjalan (Baker & Judge, 2020). Sementara itu, untuk wilayah Sumatera Utara, Badan Pusat Statistik Sumatera Utara merilis hasil survei yang menyatakan bahwa sekitar 81,37% pelaku usaha mengalami penurunan omzet. Hal ini disebabkan karena metode pemasaran hanya memanfaatkan banner yang dipasang di depan toko sebagai media promosi (Yulia & Rudiana, 2019). Berkaca dari keadaan tersebut, maka perlu sebuah usaha nyata untuk mendorong para pelaku UMKM tersebut agar dapat bangkit dan memperbaiki kondisi perekonomian dengan kembalinya kegiatan usaha yang produktif meski dalam kondisi pandemi. Sebagaimana yang dilaporkan oleh *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD), UMKM tidak memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi pandemi disebabkan beberapa faktor antara lain, tingkat digitalisasi yang rendah, akses teknologi yang sulit serta minimnya pemahaman tentang strategi ketahanan dalam bisnis (OECD, 2020). Hal ini sebagaimana kajian yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Sumatera Utara yang menyatakan bahwa hanya terdapat 3,87% saja pelaku usaha di Sumatera Utara yang telah memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran produksinya selama masa pandemi Covid-19.

Sebagaimana PP Nomor 21 tahun 2020 terkait Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang bertujuan membatasi pergerakan orang dan barang, maka pelaku UMKM dapat menyesuaikan diri dengan peraturan dan keadaan yang ada tersebut dengan membuka toko online maupun sistem penjualan secara E-commerce (Hardilawati, 2020). E-commerce merupakan sistem penjualan, pembelian maupun pemasaran sebuah produk yang memanfaatkan media elektronik (Kotler & Armstrong, 2017). Selain memanfaatkan E-commerce, pelaku usaha dapat pula memanfaatkan *digital marketing* dan sosial media untuk dapat menjangkau konsumen di kala pembatasan sosial belakangan ini. Selain itu, dengan media sosial, produsen dapat melakukan komunikasi dua arah sebagai bentuk pertukaran, kolaborasi, saling mengenal baik dalam bentuk tulisan maupun audio visual (Alfarisi & Noviyanti, 2015). Sebagaimana dinyatakan oleh (Purwana et al., 2017) bahwa *digital marketing* merupakan kegiatan promosi melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan sarana media sosial seperti Instagram, Twitter, Face Book, maupun Blog Spot. Media sosial sebagai sarana pemasaran memberi dampak positif seperti menekan biaya iklan yang biasanya bersifat konvensional (Suryani, 2014). Dari banyak jenis media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana pemasaran produk, blog merupakan salah satunya. Blog merupakan website pribadi yang penggunaanya dapat melakukan pengelolaan baik secara individu maupun kelompok (Ariyanto, 2009).

Berdasarkan hasil kunjungan awal, wawancara dan pengamatan langsung yang dilaksanakan tim pengusul kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat menyimpulkan, permasalahan yang dihadapi anggota pelaku usaha PKK Kelurahan Sei Sikambing D kecamatan Medan petisah kota Medan antara lain: 1) Keterbatasan Modal Usaha; 2) Kesulitan dalam memasarkan produk usaha; 3) Kurangnya kemampuan dalam mengelola manajemen usaha; 4) Kurangnya pengetahuan dan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi.

Adapun solusi yang diberikan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah sebagai berikut: 1) Memberikan materi penyuluhan mengenai beberapa Instansi Pemerintahan maupun Bank yang menyediakan peminjaman modal usaha dan cara mendapatkannya; 2) Memberikan pengetahuan cara menanggulangi permasalahan pemasaran produk melalui *digital marketing*; 3) Memberikan pendampingan pengelolaan manajemen usaha berupa manajemen keuangannya; 4) Memberikan pelatihan pembuatan dan pemanfaatan *Blogspot* sebagai media digital teknologi informasi.

Sementara itu, tujuan pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah memberi pengetahuan serta pemahaman terkait strategi pengembangan usaha melalui pemanfaatan media digital

blogspot untuk meningkatkan ekonomi dimasa pandemi Covid-19. Sehingga dengan mengikuti kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini mitra dapat berkreasi dalam pengembangan usahanya melalui penerapan pengetahuan yang diberikan oleh tim pelaksana PkM.

METODE PELAKSANAAN

Sebagaimana telah diketahui bahwa mitra mengalami beberapa permasalahan dalam pengembangan usaha di masa pandemi seperti: keterbatasan modal usaha, kesulitan dalam memasarkan produk usaha, kurangnya kemampuan dalam mengelola manajemen usaha dan kurangnya pengetahuan dan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi, maka tim memberikan solusi berupa: Pemberian materi penyuluhan mengenai beberapa Instansi Pemerintahan maupun Bank yang menyediakan peminjaman modal usaha dan cara mendapatkannya, memberikan pengetahuan cara menanggulangi permasalahan pemasaran produk melalui digital marketing, serta memberikan pendampingan pengelolaan manajemen usaha berupa manajemen keuangannya. Adapun tahapan kegiatan program Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh tim dosen Universitas Dharmawangsa pada kelompok PKK di Kelurahan Sei Sikambang D disajikan dalam tabel 1 di bawah

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tahapan	Kegiatan	Keterangan
Persiapan	Pra-Survei	Identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra (permasalahan spesifik yang dialami mitra dalam manajemen usaha)
	Pembentukan Tim PkM	Pembentukan tim yang disesuaikan dengan kepakaran dosen untuk membantu penyelesaian permasalahan mitra
	Pembuatan Proposal	Pembuatan proposal untuk menawarkan solusi permasalahan yang dihadapi mitra dan penyediaan dana untuk pelaksanaan program
	Koordinasi Tim dengan Mitra	Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan <i>join description</i> dari Tim dan Mitra
Pelaksanaan (Kegiatan Dilaksanakan dilokasi Mitra Yaitu Kantor Kelurahan Sei Sikambang D)	Persiapan Alat dan Bahan Pelaksanaan Program	Persiapan bahan materi sosialisasi dalam pelaksanaan program
	Sosialisasi Pengelolaan Usaha Dimasa Pandemi Covid-19 oleh Dr. Ngatno Sahputa S.E.I., MA.	Kegiatan dilakukan dengan presentasi materi dan diskusi selama 30 menit
	Sosialisasi Manajemen Keuangan Pada UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 oleh Budi Antoro, S.Pd., M.Si.	Kegiatan dilakukan dengan presentasi materi dan diskusi selama 30 menit
Pelaporan	Sosialisasi Pengertian dan Pemanfaatan Media Elektronik <i>Blogspot</i> , dilanjutkan Praktik Pembuatan Serta Pemanfaatan <i>Blogspot</i> Sebagai Media Digital Pemasaran Produk Dimasa Pandemi Covid-19 oleh Zulham, S.Kom., M.Kom.	Kegiatan dilakukan dengan presentasi materi dan praktik dilanjutkan dengan diskusi selama 30 menit
	Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban Tim atas pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat untuk kemudian dipublikasikan.	

Dalam pelaksanaanya, program Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan beberapa metode pendekatan yang meliputi:

1. Sosialisasi atau penyuluhan

Program Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dalam bentuk sosialisasi kepada mitra yaitu kelompok PKK di Kelurahan Sei Sikambang yang didominasi oleh para pelaku UMKM. Sosialisasi tersebut berupa

pemaparan materi kepada mitra berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra sebagai bentuk solusi yang ditawarkan oleh tim. Dari materi yang telah diberikan, diharapkan dapat membuka wawasan dan pemahaman mitra mengenai pengelolaan usaha selama masa pandemi Covid-19 sebagai upaya membangkitkan perekonomian keluarga.

2. Diskusi

Setelah penyampaian materi, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan mitra. Diskusi ini dilakukan agar mitra memperoleh pemahaman yang menyeluruh dari apa yang telah dipaparkan oleh pemateri. Dengan diskusi ini, sosialisasi tidak hanya sekedar transfer pengetahuan tetapi juga berbagi pengalaman atau permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

3. Praktikum

Praktik yang dilakukan dalam pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pembuatan, pengoperasian serta pemanfaatan Blogspot sebagai media digital untuk memasarkan produk UMKM yang telah diproduksi oleh mitra. Pemanfaatan *Blogspot* ini diharapkan dapat membantu mitra dalam meningkatkan usahanya di tengah pandemi Covid-19.

HASIL PEMBAHASAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini telah dilaksanakan pada hari Rabu, 16 Desember 2020 di Kelurahan Sei Sikambing D, Kecamatan Medan Petisah yang diikuti oleh kelompok PKK Kelurahan Sei Sikambing D yang didominasi oleh para pelaku UMKM dengan 20 anggota pelaku usaha diberbagai bidang seperti kuliner, salon, konter pulsa, jajanan anak-anak, produk keterampilan yang semua itu dilakukan oleh kaum ibu rumah tangga.

Pada saat dilaksanakan penyuluhan, mitra aktif dalam bertanya mengenai materi yang disampaikan berkaitan dengan ide pengembangan usaha dan strategi manajemen keuangan dalam usaha dalam kondisi pandemi covid-19 yang sedang terjadi sekarang ini. Sementara pada sesi praktik pembuatan media blogspot, mitra antusias mengikuti tahap demi tahap proses pembuatan blogspot dengan kendala yang dihadapi oleh masing-masing peserta seperti tidak memiliki *e-mail*, lupa password dan lain sebagainya. Untuk itu, tim pelaksana memberikan pendampingan dalam pembuatan *e-mail* terlebih dahulu baik yang tidak memilikinya maupun yang telah memiliki namun lupa passwordnya sehingga mempermudah bagi mitra untuk mengikuti pembuatan blogspot yang selanjutnya pemanfaatannya sebagai media digital sarana pemasaran produk UMKM mitra.



(a) (b)
**Gambar 1. Kelompok Organisasi PKK Kelurahan Sei Sikambing D (a) Penyuluhan
Pengelolaan Manajemen usaha (b)**



(a)

(b)

Gambar 2. Diskusi permasalahan permodalan UMKM (a) Pelatihan dan pengoperasian blogspot sebagai Media pemasaran produk UMKM (b)

Program PKM ini merupakan sebuah proses panjang yang dilakukan secara berjenjang dan berkesinambungan, sehingga tidak mungkin dapat dicapai dalam waktu yang relatif singkat. Oleh karenanya, Pengabdian Kepada Masyarakat ini hanyalah sebuah langkah awal dalam membangun pondasi yang kokoh untuk menyiapkan pilar struktur dan kultur pemberdayaan masyarakat. Sebagai pondasi tentu saja belum banyak capaian yang dapat dilihat secara fisik-materil. Oleh karenanya, harapan yang ingin dicapai melalui Pengabdian Kepada Masyarakat tahun 2020 ini dapat dideskripsikan pada tabel 2 di bawah

Tabel 2. Kondisi Dampingan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

Sebelum	Sesudah	Tolok ukur
Subyek dampingan belum memiliki pengetahuan terkait masalah pengelolaan usaha dimasa pandemi Covid-19 dan langkah-langkah penyelesaiannya.	Setelah mengikuti Program Pengabdian Kepada Masyarakat, subyek dampingan mulai mendapatkan pengetahuan terkait masalah pengelolaan usaha dan bagaimana menyiasatinya sebagai bentuk penyelesaian permasalahan tersebut melalui pemberian trik-trik menghadapi masalah yang dialami.	Menambah variasi produk sesuai perkembangan sebagai inovasi terbaru dengan tetap memanfaatkan bahan lokal yang tersedia disekitar mitra.
Subyek dampingan belum memiliki ide usaha yang tepat untuk dibuat saat pandemi Covid-19.	Setelah mengikuti Program Pengabdian Kepada Masyarakat, subyek dampingan memperoleh gambaran ide-ide usaha yang cocok dilakukan disaat masa pandemic Covid-19	Pembukaan gerai baru skala kecil sebagai sampingan usaha lama.
Subyek dampingan belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dibidang pengelolaan usaha dan media digital sebagai sarana pemasaran di tengah pandemic Covid-19	Setelah mengikuti Program Pengabdian Kepada Masyarakat, subyek dampingan mendapat pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan media digital untuk sarana pemasaran produk usaha.	Mahir memanfaatkan media digital blogspot dengan konten-konten unik menarik perhatian konsumen.

Tabel 3. Harapan Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

Jangka Pendek	Jangka Menengah	Jangka Panjang
Untuk memberikan stimulus tumbuhnya semangat swadaya dan partisipasi masyarakat bagi perubahan sosial yang bermuara pada pemberdayaan masyarakat (<i>empowering society</i>) diantaranya: a. Perubahan pola pikir (<i>mindset</i>) mengenai pengelolaan usaha. b. Munculnya subyek dampingan yang memiliki pengetahuan dan keterampilan usaha dalam rangka penguatan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat. c. Terjadinya perubahan dan terciptanya habituasi pola kerja subyek dampingan yang mengedepankan konsep kerja cerdas dan efisien dalam meningkatkan produktifitas. d. Lahirnya kelompok subyek dampingan sebagai sebuah <i>teamwork</i> yang memiliki semangat penguatan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat.	Merupakan kelanjutan dari apa yang telah dicapai pada harapan jangka pendek. Harapan jangka menengah ini antara lain: a. Meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat sehingga memiliki dampak peningkatan kesejahteraan ekonomi baik dalam rumah tangga maupun masyarakat. b. Terbukanya peluang kerjasama yang solid antar pelaku usaha satu dengan yang lainnya maupun dengan pihak pemerintah atau swasta dalam pengembangan ekonomi produktif yang berbasis potensi masyarakat lokal.	Merupakan kelanjutan dari apa yang sudah dicapai pada harapan jangka menengah. Harapan jangka panjang ini adalah terbentuknya masyarakat yang memiliki ketahanan ekonomi melalui UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh tim PKM di Kelurahan Sei Sikambing D Kecamatan Medan Petisah pada kelompok PKK melalui Strategi Pengembangan Usaha Dimasa Pandemi Covid-19 dapat diambil kesimpulan bahwa dalam melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat, tim pelaksana memahami permasalahan yang dialami oleh mitra dalam menjalankan usahanya. Mitra mengalami kendala ketersediaan modal dan proses pemasaran yang diakibatkan oleh penerapan PP Nomor 21 tahun 2020 terkait Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang bertujuan membatasi pergerakan orang dan barang. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka tim pelaksana menawarkan beberapa solusi untuk memperoleh permodalan demi keberlanjutan usaha dan pelatihan pembuatan serta pengoperasian media digital Blogspot sebagai media pemasaran. Hal ini ditujukan sebagai upaya keberlanjutan usaha ditengah masa pandemi Covid-19 yang mewajibkan seluruh masyarakat menerapkan protokol kesehatan diantaranya *social distancing* yang akan berpengaruh terhadap cara pemasaran produk usaha mitra.

Kemudian, terdapat beberapa perubahan yang telah dicapai melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu perubahan pola pikir (*mindset*) mengenai pengelolaan usaha dengan munculnya subyek sampingan yang memiliki pengetahuan dan keterampilan usaha dalam rangka penguatan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat sehingga terjadinya perubahan dan terciptanya pola kerja subyek dampingan yang mengedepankan konsep kerja cerdas dan efisien dalam meningkatkan produktifitas hingga lahirnya kelompok subyek dampingan sebagai sebuah *teamwork* yang memiliki semangat penguatan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat. Hal ini terlihat dari bertambahnya variasi produk sesuai perkembangan sebagai inovasi terbaru dengan tetap memanfaatkan bahan lokal yang tersedia di sekitar mitra, pembukaan gerai

baru skala kecil sebagai sampingan usaha lama dan mahir memanfaatkan media digital blogspot dengan konten-konten unik menarik perhatian konsumen yang menjadi tolak ukur keberhasilan kegiatan PkM ini.

PUSTAKA

- Alfarisi, A., & Noviyanti, I. N. (2015). KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE. *Prosiding Hubungan Masyarakat SPESIA*, 7. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/.v0i0.154>
- Ariyanto, D. (2009). *Blogspot Hacking: Modifikasi Blogspot dan Aksesorisnya*. CV. Andi Offset.
- Baker, T., & Judge, K. (2020). How to Help Small Businesses Survive COVID-19. In *LAW IN THE TIME OF COVID-19* (Vol. 620).
- BPS. (2020). *KECAMATAN MEDAN DENAI DALAM ANGKA 2020*.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- OECD. (2020). *Coronavirus (COVID-19): SME policy responses* (p. 169). OECD. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 123–138. <https://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6471/5830>
- Yulia, L., & Rudiana, I. F. (2019). SOSIALISASI MANAJEMEN MARKETING ONLINE MENGGUNAKAN BLOG PADA UMKM JASA PENJAHIT BAJU DI PASAR PADAYUNGAN KOTA TASIKMALAYA. *Abdimas Galuh*, 1(1), 16. <https://doi.org/10.25157/ag.v1i1.2877>

Format Sitasi: Sahputra, N., Antoro, B & Zulham. 2021. Strategi Pengembangan Usaha di Masa Pandemi Covid-19 oleh PKK Kelurahan Sei Sikambang D. *Reswara. J. Pengabd. Kpd. Masy.* 2(2): 241-247. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i2.1080>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercialL ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))