

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI MASA PANDEMI
DI DESA SEGARAN KECAMATAN BATUJAYA KABUPATEN KARAWANG
(Study kasus: Bandeng Presto Ibu Piah, Kue Basah Ibu Sopiah)**

Asep jamaludin¹ , wanta² , asep darojatul romli³ , sihabudin⁴
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen UBP Karawang
asepjamaludin@ubpkarawang1, wanta@ubpkarawang2, asep.dj@ubpkarawang.ac.id³,
sihabudin@mhs.ubpkarawang.ac.id⁴

Abstrak

Pelarangan dan pembatasan sosial dijadikan slogan sebagai peringatan bersama bahwa wabah ini mempunyai perkembangan penyebaran yang sangat masif. Slogan “*stay at home*” merupakan cara yang cukup ampuh untuk menekan penyebaran wabah ini. Sejumlah besar tenaga kerja harus kehilangan pekerjaan, pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terutama berskala mikro tidak lagi memiliki modal untuk usaha, penutupan UMKM sebagai dampak tidak langsung dari pembatasan berskala besar dan “*stay at home*” membuat UMKM terpuruk karena tidak dapat melakukan usaha dan modal terpakai untuk keperluan sehari-hari. Untuk itu dibutuhkan Strategi Pengembangan dari sebuah kreatifitas dalam berbasis inovasi yang dapat membuat UMKM di Desa Segaran ini agar terus bertahan dan berkembang di masa pandemi Covid-19 dengan daya tahan dan jangka waktu lebih panjang, dengan cara Pemanfaatan Media Sosial dan melakukan Inovasi dan penulis melakukan wawancara ke pelaku usaha Bandeng Presto Ibu Piah dan Kue Basa Ibu Sopiah, Promosi yang dilakukan UMKM di Desa Segaran saat ini rata-rata masih melalui promosi dari orang ke orang secara langsung dan melalui broadcast Whatsapp. Promosi melalui media sosial masih kurang dilakukan dikarenakan adanya hambatan dalam pengetahuan mengelola media sosial yang kurang dan tidak adanya fasilitas mengakses media sosial. Dengan demikian, tentunya inovasi yang tepat sangatlah diperlukan dalam meningkatkan maupun bangkit dari adanya penurunan penjualan produk. Salah satu strategi dalam pemasaran produk yang dilakukan dalam masa pandemi saat ini adalah dengan memanfaatkan media sosial dan inovasi pada kemasan sehingga jangkauan promosi produk menjadi lebih luas.

Kata kunci: UMKM, Strategi Pengembangan UMKM

Pendahuluan

Pandemi ini mempunyai pengaruh yang sangat signifikan di berbagai tatanan kehidupan manusia saat ini. Pelarangan dan pembatasan sosial dijadikan slogan sebagai peringatan bersama bahwa wabah ini mempunyai perkembangan penyebaran yang sangat masif. Slogan kembali ke rumah atau “*stay at home*” merupakan cara yang cukup ampuh untuk menekan penyebaran wabah ini. Namun hal ini berbanding terbalik pada sektor perekonomian. Sejumlah besar tenaga kerja harus kehilangan pekerjaan, pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terutama berskala mikro tak lagi memiliki modal untuk usaha, penutupan UMKM sebagai dampak tak langsung dari pembatasan berskala besar dan “*stay at home*” membuat UKM terpuruk karena tidak dapat melakukan usaha dan modal terpakai untuk keperluan sehari-hari.

Dengan slogan demikian, tentunya sangat berpengaruh pada berbagai sektor kehidupan masyarakat, mulai dunia pendidikan, jasa dan non jasa besar maupun kecil, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dengan adanya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat bermanfaat bagi masyarakat dalam pendistribusian pendapatan, untuk saat ini keberadaan UMKM juga tidak dapat dihindarkan maupun dihapuskan dari masyarakat. Pada sisi lain keberadaan UMKM itu sendiri mampu mengurangi pengangguran karena dapat menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar selain itu UMKM juga salah satu alternatif untuk menanggulangi kemiskinan melalui pemberdayaan. Dalam upaya pengembangan UMKM, langkah ini tidak berkaitan dengan pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah. Pihak UMKM sendiri adalah sebagai pihak internal yang dikembangkan, juga dapat melangkah secara Bersama dengan Pemerintah. Karena memiliki potensi yang mampu menciptakan kreatifitas usaha nya masing-masing dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah setempat. Di kabupaten Karawang banyak berkembang berbagai macam industri dengan jenis olahan dan skala usaha yang beragam, sehingga Karawang merupakan tempat tumbuhnya berbagai macam usaha contohnya yaitu “Bandeng Presto Ibu Piah” dan “Kue Basah Ibu Sopiah” yang ada di Karawang yang letaknya berada didesa Segaran Kecamatan Batujaya, Kabupaten Karawang.

Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh kelompok usaha “Bandeng Presto Ibu Piah” dan “Kue Basah Ibu Sopiah” dalam pengembangan usahanya. Hal inilah yang menjadi pertimbangan peneliti untuk melakukan penelitian ini. Permasalahan yang paling mendasar dihadapi oleh pelaku UMKM ini meliputi, sumber daya manusia yang kurang memiliki ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan usahanya, memiliki permasalahan dalam permodalan, serta kurangnya akses pemasaran produk. Keberadaan UMKM ini sangat

perlu untuk dikembangkan lebih lanjut karena dengan adanya pengembangan ini akan berpengaruh penting terhadap peningkatan perekonomian masyarakat desa Seagran untuk mencapai kesejahteraan.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- Bagaimana membangun strategi pengembangan UMKM Bandeng Presto Ibu Piah dan UMKM Kue Basah Ibu Sopiah?

Metode

Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif yang menjelaskan dan mendeskripsikan hasil penelitian berdasarkan angka sehingga menjadi suatu deskriptif penelitian tahun 2019. Waktu dan tempat Penelitian, waktu penelitian ini sebulan pada kegiatan KKN Online dan Hybrid Mahasiswa tahun akademik 2020-2021. Adapun tempatnya di desa segaran kecamatan batujaya kabupaten karawang berupa UMKM bandeng presto. Target/ subjek penelitian, target penelitian ini ingin mendeskripsikan strategi apa yang akan digunakan dengan memperbaiki kualitas pelayanan di UMKM tersebut. Prosedur Penelitian dimulai identifikasi masalah

dengan dua dimensi kepentingan dan kinerja
-rata kedua dimensi tersebut
dalam matriks atas nilai rata-rata tersebut

Studi Pendahuluan dan identifikasi masalah, kajian teori, penentuan metode ilmiah kemudian pemaparan hasil dan pembahasan, serta interpretasi data. Data, Instrumen dan Teknik pengumpulan data. Data berupa data primer yang diolah oleh penulis. Sedangkan instrument pengukuran penelitian menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala 1 sampai dengan skala 5 dan teknik pengumpulan data dengan metode survey. Populasi merupakan sebagian pengunjung toko serta Sampel yang digunakan menggunakan sampel Hair dengan menghitung jumlah indikator dikali jumlah skala = $10 \times 5 = 50$ dan teknik sampel yang dipakai sampel incidental Teknik Analisis. Dalam penggunaan Analisis IPA dilakukan beberapa langkah Winarno (2016) sebagai berikut

1. Identifikasi elemen yang akan dievaluasi
2. Mengembangkan instrument survey yang mendapatkan penilaian tingkat kepentingan dan kinerja pada elemen tersebut yang ada di langkah satu.
3. Menghitung nilai rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan masing-masing.
4. Nilai rata-rata tingkat kinerja dan kepentingan diplot dalam matriks dua dimensi.

Tabel 1. Hasil wawancara

Informan	Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha	Media Sosial Yang Digunakan	Promosi Yang Telah Dilakukan	Penjualan Setelah Melalui Media Sosial	Pendapat Mengenai Pemasaran Melalui Media Sosial
Ibu Piah	Mengalami penurunan	Media sosial	Promosi melalui WA dan dari orang ke orang	Meningkat namun belum signifikan	Membantu pelaku UMKM dalam menyebarluaskan informasi produk umkm
Ibu Sopiah	Mengalami penurunan	Media sosial	Promosi melalui WA dan dari orang ke orang	Belum ada peningkatan	Sangat membantu pengetahuan pelaku UMKM

Informasi dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa pelaku UMKM di Kelurahan Sidokumpul rata-rata dijalankan oleh ibu-ibu rumah tangga yang telah menjalankan UMKM dan permasalahan utama pelaku UMKM di Desa Segaran dalam masa pandemi COVID-19 saat ini semua pelaku UMKM tengah terkena dampak ekonomi yakni mengalami penurunan dalam penjualan maupun permintaan produk barang atau jasa dari konsumen. Promosi yang dilakukan 2 UMKM di Desa Segaran saat ini rata-rata masih melalui promosi dari orang ke orang secara langsung dan melalui broadcast Whatsapp. Promosi melalui media sosial masih kurang dilakukan dikarenakan adanya hambatan dalam pengetahuan mengelola media sosial yang kurang dan tidak adanya fasilitas mengakses media sosial. Dengan demikian, tentunya inovasi yang tepat sangatlah diperlukan dalam meningkatkan maupun bangkit dari adanya penurunan penjualan produk. Salah satu strategi dalam pemasaran produk yang dilakukan dalam masa pandemi saat ini adalah dengan

memanfaatkan media sosial dan inovasi pada kemasan sehingga jangkauan promosi produk atau jamenjadi lebih luas. Di masa pandemi COVID-19 seperti saat ini, media sosial adalah platform yang paling banyak diakses oleh semua orang. Selain itu, dalam pengaksesan media sosial dapat dengan mudah dilakukan oleh semua kalangan dari kalangan tua hingga kalangan muda. Sehingga, dengan melakukan promosi yang lebih kiat lagi di media sosial tentunya dapat meningkatkan pemasaran walaupun hasil promosi penjualan yang dilakukan belum meningkat secara signifikan mengingat jangka waktu pengaplikasian yang masih terbilang pendek.

Sebagai salah satu sektor ekonomi yang paling penting, nafas terhadap UMKM perlu terus dilakukan terutama terjadinya pelemahan ekonomi di saat pandemi virus Covid-19 saat ini. UMKM tidak hanya penting di dalam suatu kelompok usaha yang paling diutamakan tenaga kerjanya dibandingkan usaha besar, contoh pada halnya di negara yang sedang berkembang dimana banyaknya kontribusi terhadap pembentukan atau pertumbuhan. Para pelaku di dalam UMKM disebut sebagai wirausahawan yang memiliki sejumlah sifat rasa percaya diri yang tinggi, mempunyai kemauan, selalu fokus pada sasaran, mau bekerja keras, dan mampu selalu berinovasi.

Peran UMKM sangatlah penting terutama saat pandemi virus Covid-19. Pentingnya UMKM sebagian besar berkaitan dengan tulang punggung ekonomi. UMKM memungkinkan perusahaan untuk lebih mudah beradaptasi terhadap suatu perubahan lingkungan. Maka dari itu, keberadaan UMKM menjadi penting sebagai penggerak kewirausahawan dan pembangunan ekonomi serta menjadi pencipta lapangan kerja

Tantangan global seperti saat terjadinya pandemi ini pastinya membawa perubahan pada kehidupan dan alur sebuah bisnis. Tentunya hal ini membuat pentingnya inovasi untuk membantu bisnis di dalam suatu perusahaan atau organisasi tersebut bertahan. Organisasi yang baik adalah organisasi yang dapat melihat suatu peluang yang besar atau kecil dalam situasi ketidakpastian (Peter F. Drucker 1999).

Inovasi dibutuhkan di masa pandemic saat ini yaitu terdapat di pelaku UMKM yang menjadi kunci agar bisa bertahan. Adanya inovasi ini untuk mengantisipasi setiap bisnis atau kelompok agar ekonomi di UMKM dapat tetap maju walaupun sedang mengalami pandemi serta menjadi pengembangan kualitas produk. Inovasi inilah yang mampu melakukan transformasi dan membangun harapan untuk bisa menghadapi dampak yang sedang terjadi.

Di dalam menjalankan suatu bisnis tentunya inovasi ini pasti dibutuhkan setiap sektor bisnis yang dijalankan terutama di UMKM. Inovasi merupakan suatu ide, gagasan, atau kegiatan pada suatu objek/benda sebagai sesuatu yang baru dirasakan atau diterima oleh

seseorang atau kelompok untuk dikonsumsi (Everett M. Rogers). Inovasi dapat diartikan suatu proses perubahan untuk mengubah peluang menjadi ide yang awalnya bisa menjadi ide baru atau yang sudah ada untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan seseorang. Namun, ide-ide tersebut bisa dianggap objek atau benda yang baru dirasakan.

Maka dari itu kami melakukan inovasi berupa pembuatan Kemasan dan Logo pada Bandeng presto maupun pada Kue Basah.



Gambar 1. Kemasan Bandeng Presto

Dengan demikian Inovasi penambahan kemasan Bandeng presto ini dapat dipastikan kualitas produk terjaga aman dari tangan penjual ke konsumen, dan terdapat nomor handphone /Whatsapp untuk di hubungi jika konsumen memesan dan dapat di pastikan adanya konsumen baru karena kemasan yang di berikan terlihat menarik

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari teori-teori tersebut yang telah diuraikan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu pada masa pandemi ini memang kreatif dalam berinovasi sangatlah dibutuhkan semua sektor ekonomi terutama UMKM di Desa Segaran yang terkena dampak Covid 19. Adanya inovasi ini juga dibutuhkan motivasi dan kreatifitas di dalam diri seseorang agar bisa mencapai suatu tujuan dan bentuk inovasi dan kreatifitas apa saja yang bisa dilakukan terhadap UMKM di masa pandemi ini yang akan membantu terbukanya pikiran para pelaku UMKM terutama di Desa Segaran untuk melakukan atau membentuk suatu perubahan kedepannya. Jika kita percaya diri, mau bekerja keras, berpikir kreatif dan selalu memotivasi kuat yang ditanamkan seseorang tentunya inovasi tersebut akan tercapai.

Daftar Pustaka

- Ariani, dan Utomo, Mohamad Nur. 2017. Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan. Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volume 13, Nomor 2, September 2017, 99-118.
- Wahyuni, Arum Purbohastuti. “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi”. Jurnal Tirtayasa EKONOMIKA, 12, no. 2 (Oktober 2017): 212 -231.
- Hardilawati, Wan Laura (2020), Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. Jurnal Akuntansi & Ekonomi Vol. 10, No. 1