

PENGEMBANGAN UMKM DIGITAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA MULYASEJATI, KECAMATAN CIAMPEL

Sani Suhardiman, Hilda Tri Yulianti

Teknik industry, Fakultas teknik dan ilmu computer UBP Karawang

Sani.suhardiman@ubpkarawang.ac.id, hilda.tri@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Artikel ini mempunyai tujuan untuk menggali pengembangan UMKM di masa covid19., Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) sejak tahun 2020 berencana untuk menciptakan 20 juta usaha kecil menengah barumaka begitu banyak peluang kerja tumbuh. Untuk itu, penting pemerintah mendesain program yang jelas dan tepat sasaran serta mencanangkan penciptaan 20 juta UKM sebagai program nasional mengatasi pengangguran dan kemiskinan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan terdapat sekitar 57,9 juta pelaku UMKM di Indonesia. Seperti kita ketahui dampak dari wabah covid 19 tidak hanya dalam bidang pendidikan dan ekonomi tak terkecuali bagi pelaku UMKM. Desa Mulyasejati kecamatan Ciampel memilik sector UMKM yang perlu dikembangkan, diantaranya melakukan perubahan dalam hal market digital. Perubahan tersebut yaitu beralihnya bisnis offline menuju bisnis digital yang dikenal juga sebagai fenomena kewirausahaan digital. Media sosial dan *market place* (perantara) dapat menjadi sebuah konsep untuk mempermudah pelaku UMKM dalam memasarkan produknya.

Kata kunci: *Desa mulya sejati, UMKM digital, Covid19*

PENDAHULUAN

Pandemi covid yang terjadi di hamper seluruh dunia -tidak terkecuali Indonesia- tidak hanya berpengaruh terhadap aspek sosial dan kesehatan manusia, namun juga menyangkut hal vital dalam stabilitas negara yaitu aspek ekonomi (Vitenu-sackey & Barfi, 2021). Hal ini berakibat pada munculnya dorongan dan tuntutan untuk terus berinovasi agar perekonomian negara tetap stabil atau setidaknya dapat bertahan dalam masa krisis yang sedang terjadi, yakni dengan menjalankan program-program prioritas pembangunan yang

tersusun dalam program Rencana Kerja Pemerintah (RKP), yang salah satunya adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didasarkan fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Beberapa temuan penelitian sebelumnya, Hamid dan Susilo, 2011; Sakur, 2011; Syahza, 2013; Irdyanti, 2012, menyatakan lemahnya daya saing UMKM disebabkan beberapa masalah antara lain: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Kontribusi dan peran UMKM pada perekonomian nasional sangat berarti, namun dari sisi daya saing banyak kelemahan dan permasalahan bagi UMKM yang harus dibenahi untuk menghadapi persaingan baik di dalam negeri maupun secara global.

Menurut BPS UMKM di bedakan berdasarkan jumlah tenaga kerjanya yaitu industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang, industri kecil dengan pekerja 5-19 orang, industri menengah dengan pekerja 20-99 orang, industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih. Menurut Chris Manning, et al (1991) sektor UKM adalah bagian dari sistem ekonomi kota dan desa yang belum mendapatkan bantuan ekonomi dari pemerintah atau belum mampu menggunakan bantuan yang telah disediakan atau telah menerima bantuan tetapi belum sanggup dikembangkan. Sektor UKM di Indonesia, umumnya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: Kegiatan usaha tidak terorganisasikan secara baik, karena timbulnya unit usaha tidak mempergunakan fasilitas/kelembagaan yang tersedia, tidak mempunyai izin usaha, pola kegiatan usaha tidak teratur baik dalam arti lokasi maupun jam kerja, pada umumnya kebijakan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi lemah tidak sampai ke sektor ini. Pada umumnya UKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai permasalahan yang menghambat kegiatan usahanya. Berbagai hambatan tersebut meliputi kesulitan pemasaran, keterbatasan finansial, keterbatasan SDM berkualitas, masalah bahan baku, keterbatasan teknologi, infrastruktur pendukung dan rendahnya komitmen pemerintah

METODE

Dalam pembuatan artikel ini, penulis menggunakan pendekatan studi kepustakaan dengan mengamati dan menganalisis semua informasi mengenai topik pengabdian pada masyarakat khususnya dalam bidang UMKM. Pendekatan kepustakaan dilakukan dalam pengumpulan informasi dan data secara mendalam melalui berbagai literatur, buku, catatan, majalah, internet serta berbagai referensi lainnya, serta hasil dari pengabdian sebelumnya yang relevan, untuk mendapatkan jawaban dan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti (Indrawan, & Yaniawati, 2014). Dalam penelitian ini topik utama yang akan dielaborasi adalah pengembangan model UMKM digital dalam masa pandemi Covid 19. Dengan begitu, akan diketahui bahwa pengembangan UMKM digital menjadi salah satu alternatif pengembangan dan sekaligus penyelamatan UMKM di era ekonomi digital.

Beberapa langkah yang akan dilakukan dalam artikel yang mengedepankan model studi kepustakaan yakni; *Pertama*, peneliti mengamati dan menganalisis berdasarkan fenomena yang terjadi terkait topik pengabdian yaitu tentang tantangan dan strategi UMKM. *Kedua*, menentukan fokus pengabdian berdasarkan informasi yang telah diperoleh dan didapatkan dari kajian literatur. *Ketiga*, sumber data yang dikumpulkan adalah berupa informasi atau data empirik yang bersumber dari buku-buku, jurnal, hasil laporan pengabdian dan literatur lain yang dapat mendukung data pengabdian yaitu diantaranya data pelaku UMKM yang ada di desa Mulya sejati kecamatan Ciampel karawang.

Metode kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu: Melakukan presentasi dan praktek kepada masyarakat desa mulya sejati, kecamatan ciampel, mengenai potensi UMKM apa saja yang dapat dikembangkan menuju digitalisasi serta tantangan dalam proses pemasaran dengan konsep digital.

1. Peningkatan Kualitas produk
2. Membaca tren saat ini
3. Membangun jaringan
4. Melakukan penjualan melalui *E-Commerce / platform on-line*

Beberapa Platform online dalam mendukung UMKM Digital:

1. Website
2. Facebook
3. Instagram

4. Whatsapp business
5. Shopee / Tokopedia / bukalapak / lazada

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil kegiatan abdimas yang diselenggarakan didesa mulyasejati, kecamatan ciampel adalah sebagai berikut.

Untuk Pembukaan dilakukan oleh saudara Rakha Adi Putra selaku MC pada kegiatan Pengabdian Masyarakat Teknik Industri 2021 dilanjutkan dengan pembacaan doa bersama yang dipimpin oleh saudara Fahri Fadli. Sambutan pembukaan dilakukan oleh Barja Kharisma selaku Ketua Pelaksana Kegiatan Pengabdian Masyarakat Teknik Industri 2021, dilanjutkan dengan sambutan kedua dari Ir. Ade Suhara, S.T., M.M. IPM selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri dan sambutan terakhir dari Bapak Jumadi selaku Kepala Desa Mulyasejati.

Pada kegiatan Pengabdian Masyarakat Teknik Industri 2021 pemateri ke 1 adalah Ibu Aina Nindiani, S.TP.,M.T Dosen Teknik Industri UBP Karawang Membawakan Materi “GMP UMKM Pangan Olahan”, pemateri ke 2 adalah Ibu Annisa Indah Pratiwi, S.T.,M.T membawakan materi “Packaging Menarik, Profit Menarik”, pemateri ke 3 adalah Bapak Afif Hakim, S.T.,M.T membawakan materi “Kiat UMKM Go Internasional”, pemateri ke 4 adalah Bapak Muhamad Sayuti, S.T.,M.T membawakan materi “Identifikasi Dan Mitigasi Risiko Produk UMKM”, pemateri ke 5 adalah Bapak Dicky Suryapranatha, S.T.,M.T membawakan materi “Aplikasi IT Untuk Promosi Penjualan Produk UMKM”, pemateri ke 6 adalah Bapak Nana Rahdiana, S.T.,M.T membawakan materi “Penerapan Teknologi Tepat Guna Pada UMKM Untuk Meningkatkan Produktivitas”, pemateri ke 7 adalah Ibu Fitri Sulastri, S.T.,M.T membawakan materi “Efisiensi Proses Pengemasan Produk UMKM”, pemateri ke 8 adalah Bapak Ir.Ade Suhara, S.T.,MM.,IPM membawakan materi “Inovasi UMKM Menjadi Produsen Kearifan Lokal Melalui Industri Kreatif”, pemateri ke 9 adalah Ibu N.Neni Triana S.T.,M.T membawakan materi “Upaya Peningkatan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial Dan Implementasinya” pemateri ke 10 adalah Ibu Amelia Nur Fariza S.T.,M.Sc membawakan materi “Inovasi Sistem Pemasaran Produk UMKM Berbasis Digital”, pemateri ke 11 adalah Bapak Boyman,S.T.,M.T membawakan materi “Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing”, Pemateri ke 12 adalah Ibu Akda Zahrotul Wathon,S.T.,M.T

membawakan materi “Pemanfaatan Limbah Cangkang Telur Menjadi Pupuk Organik Cair Di UMKM Pangan Di Desa Mulyasejati Karawang”, pemateri ke 13 adalah Bapak Fathurohman,S.Pd.,M.T membawakan materi “Sosialisasi Strategi Usaha Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Produktivitas Pasca Pandemi Covid-19”, pemateri ke 14 adalah Bapak Aris Insan Waluya,S.T.,M.T membawakan materi “Pengolahan Manajemen Bisnis Untuk UMKM Di Era New Normal”, pemateri ke 15 adalah Ibu Ade Astuti Rahayu,S.T.,M.T membawakan materi “Penerapan Sistem Produksi Just In Time UMKM Di Era New Normal”. Penutup dari kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah melakukan sesi tanya jawab antara peserta dan pemateri dan ditutup oleh moderator.

Saat ini hambatan dan tantangan UMKM di Indonesia memang cukup beragam, sebab terkait dengan rasio kewirausahaan di Indonesia yang baru mencapai 3,5%. Oleh sebab itu, kami berharap hasil dari kegiatan abdimas kecamatan ciampel ini dapat bermanfaat dan memberikan dampak positif bagi perkembangan UMKM dimasa yang akan datang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Di era pandemi Covid-19 telah membuat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami kemunduran bahkan ada yang harus menutup usahanya. Hal itu disebabkan, perubahan kebiasaan baru dengan penerapan protokol kesehatan yang berdampak pada menurunnya daya beli masyarakat. Dalam konteks ekonomi Indonesia, pandemi Covid 19 akhirnya dapat mendorong terciptanya suasana dan sistem baru yaitu kewirausahaan digital. Oleh karena itu, sistem ini telah mendorong para pelaku UMKM untuk mulai bertransformasi ke arah digital. Meskipun demikian, selama ini pemerintah telah berupaya mendorong program digitalisasi pada UMKM di Indonesia. Hal itu dapat dilacak dari adaptasi para pelaku UMKM untuk menggunakan *market place* dan media sosial dalam pemasaran digital. Peranan platform media sosial juga telah menjadi tumpuan utama para pelaku UMKM. Selain itu pelaku UMKM juga harus mulai beradaptasi menggunakan berbagai aplikasi pendukung. Transformasi digital pada UMKM di masa pandemi Covid-19 ini akhirnya dapat membuat UMKM kembali mengembangkan usahanya. Dengan demikian, pengembangan UMKM digital di masa pandemi Covid-19 bisa menjadi salah satu alternatif penyelamatan sektor UMKM agar tetap bertahan dan dapat melanjutkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani, I. (2017). E-UMKM: Aplikasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Android Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Prosiding SNATIF*, 11-16.
- Arianto, B. (2015). Kampanye Kreatif Dalam Kontestasi Presidensial 2014. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM*. No 1, 19: 16–39.
- _____. (2019). *Buzzer Media Sosial dan Branding Produk UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal UMKM Dewantara*. 2, (1), 27–46.
- _____. (2020a). Peran *Buzzer Media Sosial* dalam Memperkuat Ekosistem Pemasaran Digital. *Jurnal Optimum UAD*, 10 (1). Maret, 51-65
- _____. (2020b). Pemanfaatan Aplikasi *Drone Emprit Academic* dalam Menganalisis Opini Publik di Media Sosial. *Journal of Social Politics and Governance*, 2(2),

177-191.

Cnnindonesia.com.(2020). <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20191011114600-532-438656/sri-mulyani-2025-potensi-ekonomi-digital-ri-capai-rp1800-t>

Mubiroh, S., & Ruscitasari, Z. (2019). Implementasi SAK EMKM Dan Pengaruhnya Terhadap Penerimaan Kredit UMKM. *Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 4(2), 1-15.

<https://teknologi.bisnis.com/read/20200721/84/1269105/whatsapp-gaet-ukm-indonesia-bantu-umkm>

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.

Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., & Hendriyanto, A. (2016). Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136–147.

Website : <https://business.facebook.com/watch/marketingAPAC/9639874507800903>.

Facebook : <https://www.ukmindonesia.id>