

Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM Kota Depok Di Masa Pandemi COVID-19

Tri Widyastuti¹, Raden Parianom^{2*}

triewidhiastuti@yahoo.com¹, anomanom74@gmail.com^{2*}

¹Program Studi Magister Manajemen

²Program Studi Ekonomi Pembangunan

¹Universitas Bhayangkara

²Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Received: 09 10 2021. Revised: 26 11 2021. Accepted: 02 12 2021.

Abstract : Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia have a very large contribution to the nation's economic condition. The current economic situation affected by the Covid-19 pandemic has almost affected all business sectors, especially the MSME sector. The problems faced by business actors are mainly in terms of marketing or marketing which usually relies on direct sales. Utilization of information technology is expected to be a solution in solving sales, marketing and financial transaction problems of MSME actors. Information technology turned out to be a new thing and very difficult for market traders or business actors. IT-based behavior change for both buyers and sellers requires training and assistance in the areas of sales, marketing and financial transactions. The problem faced by partners today is that partners do not master digital marketing, digital sales and digital financial transactions. The solutions offered are training and assistance in digital marketing, sales and financial transactions.

Keywords : SMSE, Digital Marketing, Digital Financial

Abstrak : Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sangat besar kontribusinya terhadap kondisi perekonomian bangsa. Keadaan ekonomi saat ini yang terdampak karena adanya pandemic Covid-19 hampir terkena pada semua sektor usaha, terutama sektor UMKM Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha adalah terutama dalam hal Marketing atau pemasaran yang biasanya mengandalkan penjualan langsung. Pemanfaatan teknologi informasi diharapkan dapat menjadi solusi dalam memecahkan masalah penjualan, pemasaran dan transaksi keuangan pelaku UMKM. Teknologi informasi ternyata menjadi hal baru dan sangat kesulitan bagi para pedagang pasar atau pelaku usaha. Perubahan perilaku berbasis IT baik pembeli dan penjual memerlukan pelatihan dan pendampingan di bidang penjualan, pemasaran dan transaksi keuangan. permasalahan yang dihadapi mitra saat ini adalah Mitra tidak menguasai pemasaran melalui digital, penjualan melalui digital dan transaksi keuangan secara digital. Solusi yang ditawarkan adalah pelatihan dan pendampingan pemasaran, penjualan dan transaksi keuangan secara digital.

Kata kunci : UMKM, Marketing Digital, Keuangan Digital

ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sangat besar kontribusinya terhadap kondisi perekonomian bangsa. UKMM memiliki peranan yang krusial dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Jumlah UMKM meningkat setiap tahunnya, jumlah UMKM meningkat 2- 2,5% per tahunnya. Banyaknya jumlah UMKM di Indonesia diharapkan mampu mendorong usaha lokal yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah setempat. (Haryanti&Hidayah, 2019)

UMKM telah terbukti memberikan sumbangan yang signifikan terhadap perekonomian suatu bangsa (Nurlida & Sinuraya, 2020). Keadaan ekonomi saat ini yang terdampak karena adanya pandemic Covid-19 hampir terkena pada semua sektor usaha, terutama sektor UMKM. Hal ini membuat para pelaku usaha melakukan berbagai cara guna mempertahankan kelangsungan usahanya. Situasi yang hampir semua orang tidak pernah membayangkan sebelumnya. Kondisi seperti ini mengakibatkan banyak permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha, terutama dalam hal Marketing atau pemasaran yang biasanya mengandalkan penjualan langsung. Dimasa seperti ini terkendala dengan aturan berlaku dimana anjuran untuk mematuhi protocol Kesehatan dengan menjaga jarak. Pemanfaatan teknologi informasi diharapkan dapat menjadi solusi dalam memecahkan masalah penjualan, pemasaran dan transaksi keuangan pelaku UMKM. Teknologi informasi ternyata menjadi hal baru dan sangat kesulitan bagi para UMKM atau pelaku usaha. Perubahan perilaku berbasis IT baik pembeli dan penjual memerlukan pelatihan dan pendampingan di bidang penjualan, pemasaran dan transaksi keuangan (Mulyana et al., 2021).

Di era modernisasi pemasaran juga tidak dapat hanya dilakukan secara konvensional dengan melakukan pemasaran di lapangan tetapi kita juga harus mulai menggunakan pemasaran modern dengan berbasis *online*. (*OPTIMALISASI PERAN E-COMMERCE BAGI PENINGKATAN MUTU UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19*, n.d.) Perubahan dan perkembangan di dunia IPTEK ini, tidak bisa dipungkiri sedikit banyak pasti mempengaruhi segala aspek kehidupan kita saat sekarang ini. Dengan kata lain, IPTEK adalah suatu hal yang wajib dan krusial bagi kehidupan manusia saat ini, dan untuk masa depan yang akan datang(Soetjipto, 2020). *Digital business* atau bisa disebut perdagangan elektronik atau e-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan computer lainnya. (Syafinidawaty, 2020)

UMKM telah terbukti memberikan sumbangan yang signifikan terhadap perekonomian suatu bangsa (Masduki, 2021). Meskipun diharapkan mampu meningkatkan perekonomian lokal, UMKM dalam kegiatan operasionalnya selalu dihadapkan pada permasalahan-permasalahan klasik antara lain yang terkait dengan sumber daya manusia, pemasaran, produksi dan keuangan. Dikatakan klasik, karena permasalahan tersebut selalu ada dari waktu ke waktu, dan terjadi pada hampir seluruh UMKM, baik yang sudah lama beroperasi maupun yang baru. Di antara permasalahan klasik tersebut, permasalahan yang kerap kali menjadi hambatan adalah permasalahan pemasaran dan keuangan (Sunardi et al., 2021). Aspek finansial mutlak diperlukan untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan. Permasalahan keuangan ini terjadi karena adanya beberapa kesalahan pengelolaan dana yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

Ketidaktahuan dalam pengelolaan keuangan usaha tidak hanya dialami oleh pelaku UMKM saja tetapi juga oleh seluruh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data ini maka program pendidikan digital bisnis dan pengelolaan keuangan bagi pelaku UMKM penting untuk dilaksanakan dalam rangka meningkatkan kesadaran dan kemampuan pelaku UMKM untuk melakukan perencanaan bisnis dan keuangan yang baik dan tepat sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya. Perencanaan bisnis dan keuangan ini bukan hanya ditujukan untuk pengembangan usahanya saja tetapi juga untuk meningkatkan kualitas bisnis UMKM (Arianto, 2020). Program Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendidikan Perencanaan bisnis Dan Pengelolaan Keuangan Bagi Pengembangan Usaha UMKM merupakan suatu program pelatihan dan pendampingan bagi UMKM untuk merencanakan bisnis dan mengelola keuangan usahanya. (Hadi et al., 2021).

Pada program ini, para pelaku UMKM diajarkan bagaimana cara membuat perencanaan keuangan mulai dari membuat anggaran, mencari dana tambahan, membuat laporan keuangan serta melakukan investasi bagi pengembangan usaha dan bagaimana pemasaran secara digital. Untuk mengatasi permasalahan ini maka perlu dilakukan suatu program pemberdayaan masyarakat berupa pendidikan perencanaan bisnis dan pengelolaan keuangan bagi UMKM dalam rangka pengembangan usaha (Rosita, 2020). Program yang bukan hanya memfokuskan pada pembuatan laporan keuangan saja tetapi juga memfokuskan pembuatan rencana bisnis dan perencanaan keuangan sehingga UMKM dapat mengukur kemajuan usaha dan mengembangkan usahanya. Rencana bisnis merupakan suatu alat yang dirancang untuk menemukan dan mengeksplorasi peluang- peluang baru (Azhar Ramadhanty et al., 2021). Program ini mengajarkan bagaimana para pelaku UMKM melakukan suatu

perencanaan keuangan yang baik dan tepat (tepat waktu dan tepat tempat). Program Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendidikan Perencanaan bisnis Dan Pengelolaan Keuangan Bagi Pengembangan Usaha UMKM merupakan suatu program pelatihan dan pendampingan bagi UMKM untuk merencanakan bisnis dan mengelola keuangan usahanya. Pada program ini, para pelaku UMKM diajarkan bagaimana cara membuat perencanaan bisnis dan perencanaan keuangan. Perencanaan keuangan mulai dari membuat anggaran, mencari dana tambahan, membuat laporan keuangan serta melakukan investasi bagi pengembangan usaha. Program ini mengajarkan bagaimana para pelaku UMKM melakukan suatu perencanaan keuangan yang baik dan tepat (tepat waktu dan tepat tempat) sesuai dengan kebutuhan usaha dan rencana pengembangan bisnis. Peningkatan kemampuan keuangan lebih jauh akan mendukung kekuatan daya saing UMKM. (Octavina & Rita, 2021)

Program ini dilaksanakan pada para pelaku UMKM di Kota Depok. Program yang dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan usaha UMKM. Metode yang digunakan di pelatihan adalah teknik partisipatif yaitu para peserta akan turut ambil bagian dalam diskusi kelompok, berbagi pengalaman baik positif maupun negatif dan menggali pelajaran baru bersama. Dan setelah dilakukan pelatihan, maka peserta diminta untuk mengimplementasikan yang telah dipelajari selama pelatihan dengan didampingi oleh para pengabdian dan mahasiswa. Berikut salah satu bentuk kegiatan melalui zoom.

SOLUSI DAN TARGET

Masih banyak UMKM yang belum mengenal pemasaran, penjualan dan transaksi keuangan secara digital, yang berdampak pada penerimaan yang akan diperoleh menurun. Berikut ini diberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM di kota Depok, Jawa Barat. Solusi yang ditawarkan diantaranya: 1) Mitra akan diberikan pengajaran dan pelatihan cara tahap-tahap melakukan pemasaran secara digital. 2) Mitra akan diberikan pengajaran dan pelatihan penjualan secara digital. 3) Mitra diberikan pengajaran dan pelatihan cara transaksi keuangan secara *online*. 4) Dengan pengajaran, pelatihan dan praktik diharapkan mitra dapat meningkatkan transaksi secara digital. 5) Mitra diberikan pelatihan perencanaan keuangan mulai dari membuat anggaran, mencari dana tambahan, membuat laporan keuangan serta melakukan investasi bagi pengembangan usaha.

METODE PELAKSANAAN

Pada pelaksanaan program ini dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Kegiatan diawali dengan tahapan persiapan merupakan tahapan awal dengan pertama-tama melakukan survei lapangan, melakukan identifikasi permasalahan awal dengan melakukan wawancara mendalam dengan mitra, penelusuran data sekunder dan perencanaan jadwal pelatihan.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut: a) Melakukan pengenalan terhadap pelaku UMKM kota Depok. b) Identifikasi masalah di lapangan terkait : Perilaku perencanaan bisnis dan pengelolaan keuangan UMKM, Potensi sumber daya ekonomi yang dapat dikembangkan. Merumuskan konten, teknik pelatihan dan pembekalan kepada mahasiswa sebagai fasilitator pelatihan. Mengkomunikasikan rencana dan jadwal kegiatan pelatihan. Melakukan pelatihan sesuai jadwal yang telah disusun.

Tahap Pelaksanaan Pelatihan (Workshop) terdiri dari workshop dilakukan dengan menggunakan modul perencanaan bisnis dan keuangan serta Workshop dilakukan selama satu hari mengingat pelaku UMKM biasanya tidak dapat meninggalkan usaha dalam jangka waktu yang lama dengan peserta sebanyak 50 orang yang berasal dari UMKM Kota Depok. Pembicara dalam workshop tidak hanya dari pengabdian saja tetapi juga dari pihak luar yang berkompeten. Pada akhir program diharapkan para pelaku UMKM dapat melakukan perencanaan bisnis dan pengelolaan keuangan. Permasalahan dari Mitra UMKM hampir sama, maka pemecahan masalah dijelaskan pada table berikut.

Tabel 1. Metode Pemecahan Masalah

No.	Aspek Permasalahan	Permasalahan	Solusi yang ditawarkan	Metode Pelaksanaan
1.	Pemasaran dan penjualan secara digital	Pemasaran yang dilakukan oleh mitra, tidak tersistem dengan baik. Para mitra hanya mengandalkan strategi pemasaran <i>mouth of mouth</i> (“dari mulut ke mulut”). Mitra juga sama sekali tidak mengetahui analisis pasar. Tingkat persaingan antar pasar, mitra tidak tahu pemasaran dan penjualan secara digital.	Tahapan melakukan penjualan, dan pemasaran secara	Pengajaran, pelatihan, simulasi.

2.	Transaksi Keuangan secara digital	Mitra tidak pernah membukukan keuangannya. Sehingga perencanaan bisnis digital lebih banyak didasarkan intuisi bukan data keuangan aktivitas riil bisnis. Transaksi keuangan dilakukan secara langsung belum menggunakan transaksi online.	Penerapan transaksi keuangan secara digital, n, simulasi.
3.	Perencanaan keuangan secara digital.	mitra over investasi, tidak menggaji diri sendiri, tidak mempertimbangkan adanya kemungkinan yang terburuk, mencampur aset bisnis dan pribadi, menggunakan kartu kredit pribadi untuk tujuan bisnis, menggunakan kas usaha untuk keperluan pribadi dan tidak memiliki laporan keuangan	Penerapan Perencanaan keuangan Pelatihan dan simulasi.

Program Pengabdian Kepada Masyarakat telah dilaksanakan oleh Tim pada hari Rabu, 30 Juni 2021 melalui aplikasi zoom meeting. Pada kegiatan tersebut terdapat 27 peserta yang hadir, meliputi pelaku usaha UMKM *kuliner, jasa, fashion*, dan perdagangan. Adapun susunan acara kegiatan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Susunan Acara

Waktu	Acara	Penanggung jawab
08.00-08.30	Persiapan	Tim PkM
08.30-08.50	Pembukaan acara	Perwakilan ka Dinas UMKM
08.50-09.00	Pembacaan Doa	Tim PkM
09.00-10.30	Materi perencanaan keuangan dan Transaksi keuangan secara digital. (Pemateri)	Prof. Dr. Tri Widyastuti. Ak, MM
10.30-12.00	Diskusi/tanya jawab Materi Pemasaran dan Penjualan secara digital. Diskusi/tanya jawab	R Parianom, MSE (Pemateri)
12.00-12.05	Penutupan acara	Tim PkM

Peserta antusias mengikuti kegiatan sosialisasi dari awal hingga akhir acara, khususnya pada saat sesi diskusi. Diskusi berlangsung menarik karena banyak interaksi antara pemateri dengan peserta seputar sharing pengalaman, permasalahan hingga tanya jawab guna pendalaman materi. Berikut disajikan bukti kegiatan dengan zoom.

HASIL DAN LUARAN

Hasil dan luaran pada pemaparan materi pertama mengenai perencanaan keuangan dan transaksi keuangan secara digital yang disampaikan oleh Prof. Dr. Tri Widyastuti, SE, Ak, MM. dijelaskan sebagai berikut.

Pada saat pemaparan materi disampaikan bahwa bagaimana perencanaan keuangan UMKM yang baik dan bagaimana melakukan transaksi keuangan secara digital, dan pelaporan keuangan dengan software. Agar pemahaman lebih jelas, disertakan pula contoh implementasinya . Selain itu disampaikan pula beberapa kendala-kendala yang terjadi kaitannya dengan perencanaan keuangan dan pelaporan keuangan UMKM.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan UMKM Depok

Setelah materi disampaikan, peserta antusias menyampaikan berbagai pertanyaan. Mayoritas pertanyaan fokus pada mekanisme penyusunan laporan keuangan dengan menggunakan software akuntansi. Selain itu, beberapa peserta *sharing* mengenai pengalaman kegiatan usahanya terkait pengelolaan keuangan usahanya dan solusi dari permasalahan yang pernah dialami.



Gambar 2. Kegiatan Pelaksanaan Pelatihan di UMKM Kota Depok

Masukan dari para peserta pelatihan adalah perlunya pelatihan aplikasi aplikasi keuangan seperti kas keluar dan kas masuk, stok barang dan lain-lain, Pelatihan penyusunan

laporan keuangan yang mudah, legalitas untuk pengembangan usaha dan pelatihan management SDM dan team work.

Hasil dan luaran pada pemaparan materi kedua mengenai pemasaran dan penjualan secara digital yang disampaikan oleh R Parianom, MSE. dijelaskan sebagai berikut : 1). Pada saat pemaparan materi disampaikan mengenai pentingnya melakukan strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen. Selain itu disampaikan pula mengenai bagaimana melakukan penjualan secara *online*. 2). Pada saat pemaparan materi disampaikan bahwa mekanisme strategi pemasaran diawali dari identifikasi kebutuhan konsumen/pasar, pemilihan target konsumen/pasar, identifikasi pesaing, sarana untuk bersaing, penggunaan media elektronik untuk pemasaran. 3). Pada saat diskusi, banyak pertanyaan yang muncul kaitannya dengan bagaimana melakukan pemasaran secara digital dan bagaimana melakukan penjualan secara digital. 4). Masukan dari peserta pelatihan perlunya pelatihan, digital marketing : sosmed, *tiktok*, dan *youtube*, pelatihan pengurusan HAKI dan merk dagang,

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Tim pengabdian kepada masyarakat universitas Bhayangkara Jakarta Raya di Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kota Depok, disimpulkan bahwa jumlah UMKM di kota depok adalah 2570 pengusaha, yang terdiri dari lima terbesar sebagai berikut : bidang usaha kuliner, bidang usaha *handicraft*, bidang usaha Fashion, bidang usaha jasa dan bidang usaha perdagangan. Pelaksanaan sosialisasi perencanaan keuangan dan pelaporan keuangan UMKM yang baik dan bagaimana melakukan transaksi keuangan secara digital, dan pelaporan keuangan dengan software. Agar pemahaman lebih jelas, disertai:kan pula contoh implementasinya . Selain itu disampaikan pula beberapa kendala-kendala yang terjadi kaitannya dengan perencanaan keuangan dan pelaporan keuangan UMKM.

Kegiatan sosialisasi Pada saat pemaparan materi disampaikan mengenai pentingnya melakukan strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen. Selain itu disampaikan pula mengenai bagaimana melakukan penjualan secara *online*. Pada saat pemaparan materi disampaikan bahwa mekanisme strategi pemasaran diawali dari identifikasi kebutuhan konsumen/pasar, pemilihan target konsumen/pasar, identifikasi pesaing, sarana untuk bersaing, penggunaan media elektronik untuk pemasaran. Peserta pelatihan menginginkan perlunya pelatihan aplikasi keuangan seperti kas keluar dan kas masuk, stok barang dan lain-lain, Pelatihan penyusunan laporan keuangan yang mudah, legalitas untuk

pengembangan usaha dan pelatihan management SDM dan team work. Masukan dari peserta pelatihan perlunya pelatihan, digital marketing : sosmed, tiktok , dan youtube, pelatihan pengurusan HAKI dan merk dagang,

DAFTAR RUJUKAN

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2).
- Azhar Ramadhanty, C., Raefanty Nadya, D., Mustaqimah, Z., Yosintha, R., & Tidar, U. (2021). STRATEGI DIGITAL MARKETING UKM TERDAMPAK COVID-19 DI KELURAHAN SIDOREJO TEMANGGUNG. *ABDIPRAJA*, 2(1).
- Hadi, D. F., Zakiah, K., & Bandung, I. (2021). STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) UNTUK BERSAING DI ERA PANDEMI. *COMPETITIVE*, 16(1).
<http://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive%7C32>
- Haryanti&Hidayah. (2019). Potret UMKM Indonesia : Si Kecil yang Berperan Besar. (online) (<https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>)
- Masduki, T. (2021). *Akselerasi Digitalisasi UMKM Untuk Pemulihan Ekonomi dari Dampak Pandemi Covid-19*.
- Mulyana, A. E., Hidayat, R., Andayani, N. R., Zuliarni, S., & Pratama, A. W. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi Covid-19. *Abdimas-Polibatam*, 3(1).
- Nurlida, & Sinuraya, J. (2020). Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur. *Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan 2020*, 73. www.lokadata.beritagar.id
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). *Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19*. *Journal of Business and Banking*.
- OPTIMALISASI PERAN E-COMMERCE BAGI PENINGKATAN MUTU UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19*. (n.d.). <https://biztech.proxsisgroup.com/optimalisasi-peran-e-commerce-bagi-umkm/>
- Rosita, R. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 9(2), 109.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>

- Soetjipto, N. H. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19*. K-Media.
- Sunardi, N., Nurzaman, E. A., Lesmana, R., & Hasbiayah, W. (2021). Peran Digital Marketing Dan Manajemen Keuangan dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid 19 Application of Digital Marketing and Financial Management in Efforts to Increase SME Income Impa. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(2), 96–104. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH>
- Syafnidawaty. (2020). *E-Commerce (Perdagangan Elektronik)*. (Online) (<https://raharja.ac.id/2020/04/28/e-commerce-perdagangan-elektronik/#:~:text=Perdagangan%20elektronik%2Felectronic%2Dcommerce%2F,televisi%2C%20atau%20jaringan%20komputer%20lainnya.&text=Istilah%20e%2Dcommerce%20digunakan%20untuk,transaksi%20yang%20memakai%20media%20elektronik.>)