

UMKM GO ONLINE SEBAGAI SOLUSI PEMULIHAN UMKM DI ERA NEW NORMAL

N. Rachma^{*)}, Fajjar Mustofa, Moh. Fathur Rozi, Nanda Aris P., Indri Febrilianti
S., Dina Fauzia N., Anggun Serly M., Aditya Firmansyah Dimas Riyadi., Edwin
Dilla S., Dela Yumei S.

Universitas Islam Malang Jawa Timur ,Indonesia

ABSTRAK

Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia semakin bertambah setiap tahunnya. Asosiasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Indonesia (Akumindo) pada 2019 mencatat kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia mencapai 65 persen atau sekitar Rp 2.394,5 triliun. Selain modal yang terbatas, permasalahan yang menjadi kendala pertumbuhan UMKM di Indonesia salah satunya adalah gaptek dari para pelaku UMKM, ditambah dengan munculnya pandemi COVID-19 seperti UMKM yang berada di Kota Batu terutama di Desa Junrejo yang terkenal dengan kampung UMKM. Kelompok 33 KKN-PPM Universitas Islam Malang Edisi COVID-19 (*new normal*) berinisiatif mengadakan pendampingan dalam mengembangkan proses pemasaran secara digital kepada pelaku UMKM untuk memasarkan hasil produksinya melalui media sosial sehingga produk dapat dikenal luas ke berbagai daerah. Metode yang digunakan adalah pendampingan dengan penyuluhan kepada pelaku UMKM di Desa Junrejo yang memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan dengan menggunakan program UMKM *go-online*, khususnya UMKM yang bergerak dibidang kerajinan dan olahan makanan. Dengan program UMKM *go-online* maka pelaku usaha dapat mengembangkan proses pemasaran secara digital agar produk yang dihasilkan dapat dikenal luas ke berbagai daerah sehingga dapat menjadi solusi dalam upaya pemulihan UMKM di era new normal.

Kata kunci: Pemulihan UMKM, UMKM *go-Online*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia semakin bertambah setiap tahunnya. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, saat ini pelaku UMKM di Tanah Air kurang lebih mencapai angka 60 juta. Jumlah tersebut diprediksi akan terus bertambah seiring dengan kemajuan teknologi dan potensi sumber daya manusia yang semakin berkembang. Tingginya pertumbuhan UMKM memberikan angin segar bagi

Penulis korespondensi:

^{*)} n.rachma_fe@unisma.ac.id

perekonomian di Indonesia, salah satunya dengan berhasil membuka banyak lapangan kerja baru.

UU No.20 Tahun 2008 menyatakan bahwa: 1.) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 2.) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. 3.) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional. Ekonomi Indonesia 80 persennya ditopang oleh konsumsi dalam negeri. Dalam hal penyerapan tenaga kerja, UMKM mampu menyerap lebih dari 96 persen dari total 170 juta tenaga kerja. Asosiasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Indonesia (Akumindo) pada 2019 mencatat kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia mencapai 65 persen atau sekitar Rp 2.394,5 triliun. Berbagai permasalahan yang menjadi kendala pertumbuhan UMKM di Indonesia salah satunya adalah modal yang terbatas. Para pelaku UMKM kesulitan mengembangkan usahanya karena kurangnya modal tambahan. Jika ditelusuri ke belakang, banyak pelaku UMKM yang kesulitan untuk mendapatkan modal tambahan dari lembaga keuangan dikarenakan banyaknya persyaratan yang belum terpenuhi. Selain itu urusan perizinan, kurangnya inovasi dan gaptek dari para pelaku UMKM juga menjadi faktor penghambat yang masih harus dibenahi.

Ditengah permasalahan yang di alami, UMKM kembali menghadapi tantangan dengan munculnya pandemi COVID-19. Menurut WHO (2020), COVID (*corona virus disease*) adalah suatu kelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan dan manusia. Pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan seperti *physical distancing*, pembatasan sosial berskala besar hingga penerapan *new normal*. Implikasinya adalah pengurangan interaksi langsung di pusat keramaian, seperti rumah ibadah, sekolah, pusat perbelanjaan, tempat hiburan, restoran, hingga transportasi publik. Berbagai perubahan terjadi saat pandemi. Mode komunikasi, pola kerja, hingga dinamika tim internal berubah. Begitu juga pola perilaku konsumen bisnis, banyak yang menjadi baru dan bergeser. Kondisi itu menuntut pelaku UMKM untuk cepat tanggap dalam merespons perubahan.

Ditengah perubahan itu, pada saat banyak sektor UMKM konvensional yang terpuruk dan lesu roda bisnisnya kala pandemi ini, tidak sedikit bisnis yang justru melejit, terutama mereka yang bergerak di dunia digital atau online. Saat ini, sudah ada pergeseran pemasaran produk UMKM dari offline ke online, tapi jumlahnya baru mencapai 8 juta UMKM atau 13 persen dari

seluruh UMKM. Untuk mendukung pemanfaatan teknologi di sektor UMKM, Kementerian Koperasi dan UKM menargetkan tambahan 2 juta pelaku UMKM bisa go digital hingga akhir 2020.

Menurut kementerian komunikasi dan informatika republik indonesia (Januari, 2020) menjelaskan UMKM Go Online adalah upaya membantu masyarakat kecil terutama pengusaha mikro, kecil dan menengah untuk ikut berjualan daring dengan memanfaatkan marketplace yang tersedia. Program UMKM Go Online ini didorong untuk dapat membantu UMKM dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Selain itu, dengan UMKM Go Online, UMKM dapat lebih mudah menyentuh pasar yang lebih luas dan bisa bersaing lebih baik serta dengan adanya UMKM Go Online produk UMKM dapat dikenal oleh lebih banyak konsumen.

Tak terkecuali dengan UMKM yang berada di Kota Batu terutama di Desa Junrejo yang terkenal dengan kampung UMKM. Pendapatan UMKM di desa Junrejo menurun drastis akibat terdampak pandemi covid-19. Wali Kota Batu mendukung pemasaran dan inovasi pelaku UMKM di Kota Batu sebagai strategi pemulihan UMKM di masa pandemi dengan memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan dan memasarkan produknya dengan marketing Digital

Berdasarkan uraian diatas, kelompok 33 KKN-PPM Universitas Islam Malang Edisi COVID-19 (new normal) yang bertempat di Desa Junrejo Kota Batu berinisiatif mengembangkan proses pemasaran secara digital kepada pelaku UMKM untuk memasarkan produk yang dimiliki melalui media sosial sehingga produk dapat dikenal luas ke berbagai daerah. Dari Identifikasi potensi wilayah yang dilakukan untuk mencari informasi mengenai potensi wilayah Desa Junrejo ditemukan bahwa para pelaku UMKM rata – rata masih memasarkan produknya secara langsung atau kepada pengepul. Setelah dilakukan analisis potensi wilayah kemudian hasil analisis dirumuskan alternatif rekomendasi untuk membantu dengan pendampingan UMKM di Desa Junrejo melalui pemasaran secara online Oleh karena itu kelompok 33 KKN-PPM Universitas Islam Malang Edisi COVID-19 (*new normal*) tertarik untuk mengangkat tema UMKM *GO ONLINE* SEBAGAI SOLUSI PEMULIHAN UMKM DI ERA *NEW NORMAL* . Sedangkan rumusan masalah adalah bagaimana UMKM Desa Junrejo bisa *Go Online* sebagai solusi pemulihan UMKM di era *new normal*. Dari permasalahan tersebut maka bisa ditetapkan tujuannya yaitu untuk mendorong UMKM Desa Junrejo agar dapat *Go Online* sebagai solusi pemulihan UMKM di era *new normal*.

METODE

Metode yang digunakan adalah metode pendampingan dengan mengadakan penyuluhan kepada pelaku UMKM dan melihat proses usaha secara langsung mulai dari produksi hingga pemasaran. Kebanyakan para pelaku UMKM memasarkan hasil produksinya secara konvensional atau melalui pengepul. Penyuluhan dilakukan agar usaha yang dirintis oleh pemilik UMKM yang ada di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo Kota Batu dapat sukses ditengah pandemi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Junrejo Kecamatan Junrejo Kota Batu merupakan desa yang terletak di pegunungan, tepatnya di antara Gunung Panderman dan Gunung Arjuna. Ketinggian dataran Junrejo adalah 700 m di atas permukaan laut. Walaupun pegunungan, desa ini dihuni oleh banyak penduduk yaitu berjumlah sekitar 10 ribu jiwa. Secara administratif, Desa Junrejo terdiri dari tiga dusun yang melingkupi sepuluh Rukun Warga (RW). Dusun pertama adalah Dusun Junwatu yang terdiri atas: RW 01, 02, 03, dan 04. Dusun kedua adalah Dusun Jeding yang terdiri atas: RW 05, 06, 07 dan 08. Dusun ketiga yaitu Dusun Rejoso terdiri atas: RW 09 dan 10. Salah satu keunggulan Desa Junrejo adalah memiliki banyak usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Selain banyak, UMKM di Desa Junrejo juga dikenal memiliki produk yang bagus dan bervariasi. Terdapat beberapa jenis UMKM yang ada disana, diantaranya pengrajin, pedagang, dan wiraswasta. Namun dari jenis tersebut, produk yang paling menonjol dari UMKM di Desa Junrejo adalah kerajinan.



Gambar 1. Peta Desa Junrejo

UMKM yang berfokus pada kerajinan mayoritas berada di Dusun Rejoso. Terdapat bermacam-macam produk kerajinan yang diproduksi oleh UMKM Dusun Rejoso, seperti alat dapur yang terbuat dari kayu, tas, kotak tisu, tempat pensil, cobek, dan hanger tarik. Selain olah kayu, UMKM di Dusun Rejoso juga banyak memproduksi barang anyaman seperti tas dan kursi. Disamping itu juga terdapat kerajinan dari batu dan tanah yang dijadikan cobek, pot bunga dan berbagai macam bentuk lainnya.



Gambar 2. Hasil produksi UMKM

Selama pandemi Covid-19, UMKM di Dusun Rejoso sangat terpuak akibat menurunnya permintaan dari konsumen. Hal tersebut juga diperburuk oleh minimnya UMKM yang menjual produknya secara mandiri dan langsung pada konsumen akhir. Para pelaku UMKM di Dusun Rejoso juga memiliki keterbatasan pengetahuan untuk bisa berjualan online, sehingga produk yang telah dibuat hanya disimpan sembari menunggu konsumen datang ketempatnya

UMKM Go Online adalah upaya membantu masyarakat kecil terutama pengusaha mikro, kecil dan menengah untuk ikut berjualan daring dengan memanfaatkan *marketplace* yang tersedia. Kelompok 33 KKN-PPM UNISMA mengambil program ini dengan tujuan agar UMKM di Desa Junrejo bisa bangkit dari masa sulit selama pandemi COVID-19. Disamping itu kami juga mengenalkan pasar yang lebih luas pada pelaku UMKM. Berikut adalah perbandingan UMKM yang menerapkan konsep UMKM Go Online dan yang belum menerapkannya.

Tabel 1. Perbandingan UMKM yang menerapkan dan belum menerapkan UMKM Go Online

Telah menerapkan UMKM Go Online	Belum Menerapkan UMKM Go Online
1. Ketika pandemi, penurunan penjualan tidak terlalu parah.	1. Saat pandemi, penurunan penjualan sangat signifikan.
2. Lingkup pemasaran luas bahkan bisa sampai keluar negeri.	2. Lingkup pemasaran terbatas dan paling jauh masih di luar pulau
3. Tidak harus memiliki galeri/ toko untuk memasarkan produk.	3. Memerlukan galeri atau toko untuk memasarkan produk
4. Tidak membutuhkan lahan yang luas	4. Membutuhkan lahan yang lumayan luas
5. Bisa bertransaksi kapan saja dan dimana saja selama ada internet	5. Transaksi hanya bisa dilakukan ketika jam operasional
6. Hanya berbentuk gambar	6. Barang dapat dilihat jelas oleh konsumen
7. Kualitas barang diterangkan melalui deskripsi produk	7. Konsumen bisa melihat kualitas barang
8. Konsumen tidak dapat melihat proses pembuatannya secara langsung	8. Konsumen dapat melihat proses pembuatan
9. Menimbulkan kekhawatiran dalam proses pengiriman	9. Tidak menimbulkan kekhawatiran barang sampai dalam keadaan rusak

Kelompok 33 KKN-PPM UNISMA sudah melakukan pendampingan dan memberikan penyuluhan dalam menerapkan konsep UMKM *Go Online* kepada para pelaku UMKM di Desa Junrejo dengan beberapa program mulai dari pembuatan katalog produk secara digital, yang diawali dengan mendata pelaku UMKM di Desa Junrejo mulai dari nama, pemilik, bentuk usaha, alamat, nomor telepon, hasil produksi, hingga pemasaran yang dimuat dalam bentuk Buku data pelaku UMKM dan katalog digital maupun cetak. Kami juga melakukan pendampingan pembuatan *market place* Kampung UMKM Rejoso di Instagram di media sosial pembuatan Peta pelaku UMKM. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan para pelaku UMKM di Desa Junrejo maka kami mengadakan webinar tentang *digital marketing* yang diawali dengan pembuatan papan pengumuman Webinar kewirausahaan

Dari program UMKM *go online* yang sudah berjalan, para pelaku UMKM dapat memasarkan produknya secara meluas sehingga bisa menjadi salah satu solusi pemulihan di era *new normal*.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. UMKM di Desa Junrejo memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan, utamanya UMKM yang bergerak dibidang kerajinan dan olahan makanan. Dengan produk yang mereka miliki dan inovasi yang dilakukan terus menerus, UMKM di Desa Junrejo akan memiliki pasar yang luas dan nilai produk yang tinggi.
2. Program UMKM *go online* juga sangat berpotensi bagi UMKM di Desa Junrejo. Karena dengan penerapan program UMKM *go online*, para pelaku UMKM dapat memasarkan hasil produksinya secara meluas. Selain itu program UMKM *go online* juga dapat menjadi salah satu solusi pemulihan di era *new normal*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Ibu Tunik dan Bapak Tomi selaku ketua kelompok UMKM dan pelaku UMKM di Desa Junrejo yang telah membantu kelompok 33 KKN PPM Unisma untuk dapat menyelesaikan pengabdian serta memberikan arahan dan masukan.

DAFTAR RUJUKAN

- Azizah, 2018, Perkembangan Digital Ditanggapi dengan Tangkas , Kompas, 22 Februari 2018, hal. 19.
- Azizah, 2018, digital ekonomi di Indonesia , academia.edu/28405493/, diakses 28 Februari 2018
- Anggraeni. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Pada Pelatihan Go Online UMKM Se-Kecamatan Patuk, Gunungkidul Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Fatoni dan Setyawan, Peningkatan Kemampuan Kewirawusahaan Anggota Majelis Taqorrub Ilallah (MTI) Berbasis Online ,Laporan Pengabdian, Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 Jakarta
- Harmawan, 2018 Hambatan UMKM Go-Online, <https://mkp.fisipol.ugm.ac.id/2018/11/21/>
- <https://www.junrejo-desa.id/>
- <https://www.alodokter.com/virus-corona/>.
- <https://suryamalang.tribunnews.com/2020/07/15/dewanti-dorong-pelaku-umkm-di-kota-batu-pasarkan-produk-lewat-teknologi>.
- <https://www.asumsi.co/post/strategi-pemulihan-ekonomi-umkm-di-masa-new-normal>
- <https://www.kominfo.go.id/>
- <https://www.kadin.id/en>

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

<https://gds.2020.com/>

<https://republika.co.id/>

<http://www.riawanielyta.com/2019/12/peningkatan-kualitas-sdm-pelaku-umkm.html>

<https://blog.amartha.com/potensi-umkm-di-desa-di-masa-new-normal/>

<https://uns.ac.id/id/uns-update/tim-pengabdian-fisip-uns-dampingi-umkm-go-online.html>

Muslim, 2017 “GO DIGITAL! Gerakan Nasional UMKM Go Online”, Kominfo, Biro Humas Kementrian Komunikasi dan Informatika, dalam <http://kominfo.go.id/>, diakses pada 30 Agustus pukul 22.00 WIB

M.Target, 2018, Perkembangan Digital Marketing di Indonesia, 11 Februari

Primasiwi, 2020, Potensi Ekonomi Digital Indonesia Terganjil Kesenjangan Digital dan Hambatan Berusaha, Desember 2020

Rizkinaswara, 2018, UMKM Go Online, UMKM Go Online UMKM Go Online <https://aptika.kominfo.go.id/2018/11/fasilitasi-8-juta-umkm-go-online/>

Sugiyono, 2015, Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung : Alfabeta

Sayekti, 2018, Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia, Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, Info Singkat, Vol. X, No. 05/I/Puslit/Maret/2018

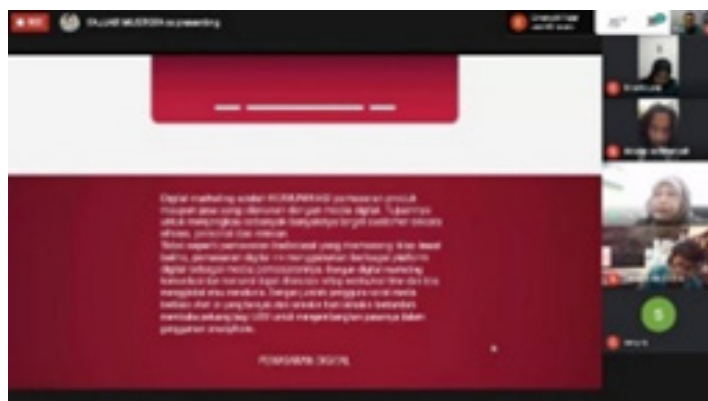
Supriyanto dkk, pemberdayaan Kelompok Pengelola UMKM dengan ketrampilan Go Online untuk meningkatkan pengelolaan <http://journal2.uad.ac.id/index.php/jpmuad/article/view/387>, vol 2 No 2 2018

Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah, 2008. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 116. Sekretariat Negara. Jakarta.

Fatoni dan Setyawan, Peningkatan Kemampuan Kewirawusahaan Anggota Majelis Taqorrub Ilallah (MTI) Berbasis Online, Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 Jakarta

Anggraeni. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Pada Pelatihan Go Online UMKM Se-Kecamatan Patuk, Gunungkidul Daerah Istimewa Yogyakarta.

Lampiran 1. Webinar tentang Digital Marketing



Lampiran 2. Tempat produksi kerajinan olahan kayu.



Lampiran 3. Market place produk UMKM Desa Junrejo



Lampiran 4. Katalog produk UMKM di Desa Junrejo

