

Merubah Tantangan Sebagai Peluang di Masa Pandemi Bagi Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bekasi

Nurhidayati¹, Sugiyah², Dedy Syahyuni³, Wiwin Wianti⁴

^{1,2,3,4} Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kramat Raya No 98, Senen, Jakarta Pusat, Indonesia

e-mail: ¹nurhidayati.nht@bsi.ac.id, ²sugiyah.sgy@bsi.ac.id, ³dedy.ddn@bsi.ac.id,
⁴wiwin.win@bsi.ac.id

Abstrak

Pembatasan pergerakan manusia dalam kehidupan sehari-hari sebagai akibat dari adanya pandemic covid 19 yang berlangsung hampir satu tahun berdampak pada semua sendi kehidupan. Tuntutan untuk melakukan adaptasi dengan kondisi baru ini menjadi keharusan, baik dalam kesehariannya atau diluar kegiatan keseharian seperti berekonomi, dan sebagainya. UMKM sebagai pelaku ekonomi sangat merasakan imbas dari kondisi pandemi ini. Daya beli masyarakat menjadi berkurang sebagai akibat semakin berkurangnya pendapatan dan bahkan ada yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK). Oleh karena itu para pelaku usaha mikro, kecil, menengah atau UMKM harus dapat melihat dan menyikapi perubahan ini, melalui adaptasi, digitalisasi, kolaborasi dan yang penting lagi adalah ketangguhan mentalitas pelaku UMKM. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode deskriptif dan bertujuan untuk membuka wawasan para pelaku UMKM melalui webinar dengan tema merubah tantangan sebagai peluang di masa pandemi bagi komunitas UMKM naik kelas kota Bekasi. Harapannya pelaku UMKM terus berkreasi dan berinovasi atas usahanya menyesuaikan keadaan pandemi ini, agar kegiatan perekonomian masyarakat tetap berkesinambungan.

Kata Kunci: pandemic; UMKM; peluang dan tantangan

Abstract

Restrictions on human movement in everyday life as a result of the Covid 19 pandemic have made all aspects of human life have to adapt. Both in their daily lives or outside of daily activities such as economics, and so on. This pandemic, which has been going on for more or less a year, inevitably has made all aspects of life undergo changes and even in various ways it has become a reduction, such as economic and trade joints. MSMEs as economic actors have felt the impact of this pandemic condition. The people's purchasing power has decreased as a result of reduced income and some have even experienced layoffs. Therefore, small business actors or MSMEs must be able to see and respond to this change. The implementation of this community service uses descriptive methods. And it aims to open the insights of MSME actors by holding seminars with the theme of changing challenges as opportunities during the pandemic for the Umkm community to upgrade to Bekasi city. The hope is that MSME players will continue to be creative and innovate in their efforts to adapt to this pandemic situation.

keywords : Pandemic; UMKM; Challenge and Opportunity



Pendahuluan

Pandemi Covid-19 yang masih berlangsung sampai sekarang, mengakibatkan perubahan kehidupan masyarakat dalam kegiatannya di berbagai bidang. Hal tersebut telah membentuk perilaku digital baru. Aktivitas konsumen yang beralih dari luar jaringan ke dalam jaringan meningkat selama pandemi. Bahkan, diprediksi bahwa pergeseran pola aktivitas itu akan permanen. Keadaan ini dapat menjadi tantangan sekaligus strategi bagi pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang.

UMKM menurut Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 mencakup Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). 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 memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Usaha menengah yaitu, usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan 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. Serta memenuhi kriteria antara lain, kekayaan bersih Rp.500 juta sampai dengan Rp.10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2,5 miliar sampai Rp.50 miliar. (UU No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah, 2008)

Peran UMKM sangat penting dalam rangka membangkitkan ekonomi masyarakat, mengingat UMKM memiliki kontribusi yang besar dan krusial. UMKM dapat dikatakan sebagai wadah penyerapan tenaga kerja yang besar. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia tahun 2018 menunjukkan jumlah unit usaha UMKM 99,9% dari total unit usaha atau 62,9 juta unit. UMKM menyerap 97% dari total penyerapan tenaga kerja, 89% di antaranya ada di sektor mikro, dan berkontribusi 60% terhadap produk domestik bruto (Amri, 2020). Kontribusi UMKM yang besar terhadap perekonomian dan maraknya pendirian usaha baru akan menjadi sia-sia jika hal tersebut tidak memiliki going concern yang baik. Faktanya, angka kegagalan startup di seluruh dunia bisa mencapai 90% (Perdani, 2018)

Untuk menggerakkan roda perekonomian kembali, pelaku UMKM harus merubah pola pikir agar nantinya berpengaruh terhadap bisnisnya di masa depan. Tantangan bagi UMKM dalam mengembangkan bisnisnya pada masa pandemi ini lebih berat mengingat perubahan yang terjadi di masyarakat. Selain pentingnya digitalisasi juga keterbatasan modal dan pengelolaan aset unit usaha yang belum tertib. (Sanggrama dkk, 2020). Karena itu pelaku usaha UMKM harus mengubah mindset dari sekadar mampu bertahan hidup menjadi enterpreneurial. Hal ini dapat dilakukan melalui inovasi-inovasi produk maupun penggunaan teknologi digital, sebagai media dalam memasarkan produk di era pandemi ini, selain itu juga pentingnya dukungan

pemerintah dalam mendorong UMKM lebih kuat dan maju.

Penggunaan teknologi digital di Indonesia menurut data PEW Research Center menunjukkan bahwa pengguna smartphone aktif di Indonesia diperkirakan sekitar 42% atau lebih dari 100 juta orang pada tahun 2018. Namun, baru sekitar 13% atau hanya sekitar 8,3 juta dari 64,2 juta pelaku UKM secara nasional yang memanfaatkan teknologi digital, khususnya platform e-commerce (perdagangan elektronik). (Keminfo, 2020).

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yaitu menggambarkan fenomena yang dengan berfokus pada subyek yang diteliti, yaitu Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bekasi. Dengan memberikan konsep mengatasi permasalahan yang ada untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Metode yang digunakan adalah bentuk webinar dengan menggunakan aplikasi zoom, hal ini digunakan mengingat masih adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan ada pembatasan sosial dalam skala besar dalam rangka percepatan penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). (Menteri, 2020)

Pelaksanaan Seminar menggunakan link aplikasi zoom <https://us02web.zoom.us/j/86400940241?pwd=MXV1eE8vM3U4c0NRQWM4VFNpcDI2QT09> dengan Meeting ID : 86400940241. Passcode : 673283 Tanggal 03 Oktober 2020, Waktu:13.00 – 14.00 diikuti Komunitas UMKM Naik Kelas Cabang Bekasi, Kota Bekasi, yang berkantor di Kranggan Permai Estate Jl. Rajawali 1 No.1 RT 008 RW 15 Kranggan. Bekasi. Tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat diawali melakukan kerja sama dengan UMKM Naik Kelas Cabang Bekasi untuk melakukan 1) Identifikasi masalah, 2) merumuskan masalah yang dihadapi pelaku UMKM, 3) Mencari referensi dari berbagai sumber yang dibutuhkan dalam kegiatan, 4) menyiapkan materi 5) membuat undangan dengan link zoom 6) Pelaksanaan webinar dan 7) evaluasi pelaksanaan dengan kuisioner

Hasil dan Pembahasan

Mewabahnya pandemi Covid-19 berdampak pada semua aspek kehidupan di lapisan masyarakat seluruh dunia. Di Sektor bisnis, pandemi ini membuat ekonomi dunia mengalami perubahan yang signifikan dan efeknya terasa ke semua jenis bisnis baik besar maupun kecil. Demikian juga di bisnis Indonesia, para pelaku UMKM terancam eksistensinya.

Para pebisnis dari UMKM adalah pelaku bisnis dengan modal yang tidak besar, jaringan terbatas dan segmentasi pasar yang sangat spesifik, hal ini menyebabkan para pelaku bisnis dari UMKM mengalami banyak kendala karena adanya pandemi. Kebijakan PSBB membuat terbatasnya pergerakan dalam penyediaan bahan baku yang biasa didatangkan para UMKM dari luar kota atau dari wilayah lain. Selain dari itu dengan adanya PSBB membuat masyarakat mengurangi keluar rumah sehingga pergerakan uang menjadi terbatas. Hal inilah yang menyebabkan Pelaku UMKM sulit untuk memasarkan produknya.

Selain UMKM, para pelaku bisnis besar pun juga mengalami hal yang serupa. Namun karena mereka memiliki sumber daya modal yang cukup besar dan jaringan bisnis yang kuat maka dampak yang dirasakan tidak sebesar UMKM. Oleh karena itu perlu langkah-langkah konkrit yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis, dalam hal ini para pelaku bisnis UMKM untuk dapat keluar dari keterbatasan ini.

Bila dilihat dari masalah diatas maka ada beberapa masalah. dalam bisnis UMKM yaitu 1) adanya keterbatasan dalam sumber daya produksi, 2) keterbatasan dalam lalu lintas barang

(pergerakan barang), dan 3) baik bahan baku, bahan setengah jadi atau barang jadi siap jual dan yang terakhir adalah permodalan.

Dalam mengatasi masalah diatas para pelaku UMKM diharapkan dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Adaptasi

Proses adaptasi menjadi salah satu tantangan terbesar bagi pelaku UMKM selama masa pandemi. Karena pandemi telah merubah banyak hal, baik dalam pola kehidupan sehari-hari dan juga bisnis. Orang yang dulu bepergian kemana saja dengan bebas, kini terhalang oleh banyak protokol kesehatan, kebebasannya dibatasi. Hal yang sama juga terjadi pada bisnis. Bisnis yang dahulu didominasi oleh bisnis konvensional kini dituntut berubah menjadi semua serba digital dan tetap harus memperhatikan protokol kesehatan dari saat pengiriman dan penerimaan barang. Oleh karena adanya pergeseran pola tersebut UMKM harus melakukan hal yang sama.

2. Digitalisasi

Perubahan digitalisasi dari bisnis UMKM menjadi sebuah keharusan. Hal ini untuk membuat bisnis dan produk UMKM tetap ada di tengah masyarakat yang kini banyak beralih kepada kehidupan digital. Dengan digitalisasi maka menjadi pilihan solusi untuk mempercepat pelayanan konsumen sehingga dapat meningkatnya jumlah penjualan di market place dan membuat peluang semakin banyaknya bisnis ekspedisi. Menurut Sumitra sejak ada pandemic, penggunaan jual beli daring meningkat 73 persen, sedangkan pembayaran daring meningkat 65 persen. (Nurhidayati et.al, 2021). Ini menunjukkan adanya peningkatan yang tajam dalam jual beli daring. Karena itu para pelaku UMKM harus terus meningkatkan kemampuannya untuk memaksimalkan bisnis digitalnya dalam mencari sumber daya baru baik dari dalam maupun luar wilayahnya. Dengan bantuan teknologi digital, pelaku UMKM dapat mencari pemasok yang lebih dekat dengan pabrik sehingga biaya produksi lebih hemat karena mengurangi biaya ongkos kirim, dimana ini menjadi salah satu penyumbang besarnya harga jual produk. Dengan adanya teknologi digital, kita dapat juga mendapatkan pemasok dengan kualitas yang lebih baik, karena memiliki banyak pilihan pemasok.

3. Kolaborasi

Selain dari itu dua faktor di atas, para pelaku UMKM bisa melakukan kerjasama atau kolaborasi. Kolaborasi dalam bisnis, baik kolaborasi dalam memproduksi barang (sehingga modal dapat digabung menjadi lebih besar). Kolaborasi yang lain adalah dalam memasarkan barang yang telah di produksi. Sekali lagi bisnis dengan menggunakan teknologi digital bisa membuat modal kerja menjadi lebih besar sehingga UMKM dapat bergabung dan menjadi lebih besar. Kondisi sulitnya dalam permodalan ini adalah salah satu kendala terbesar dalam bisnis UMKM dimasa pandemi. Kondisi ini masih diperparah dengan *cash flow* yang seret dan membuat mereka kesulitan dalam melakukan eksekusi saat krisis. Karena itu penting untuk membangun dan memotivasi Tim. Hal ini dapat dilakukan dengan menjaga keselamatan dan kesehatan Tim, mengatur ulang/ mengurangi jam kerja disesuaikan dengan kondisi, mengajak semua Tim ikut mencari ide/cara meningkatkan omset dan mempertahankan bisnis, Komunikasikan dengan Tim situasi saat ini termasuk risikonya

Kendala dari proses adaptasi bagi UMKM kerap kali mengalami gangguan dalam eksekusinya. Ada beberapa hal yang dapat terjadi yaitu adanya ketidakmampuan dan ketidaktahuan dari para UMKM dalam mencari mitra kerja. Hal yang lain adalah pada adanya ketidaksamaan visi dan

misi dari para pelaku UMKM sehingga sulit menyamakan langkah untuk bersama-sama membangun bisnisnya.

Dalam mengatasi permasalahan pertama diperlukan perubahan dari dalam diri pelaku UMKM, yaitu perlu adanya kesadaran bahwa bisnis berubah sesuai dengan berubahnya perilaku masyarakat. Bisnis harus dijalankan secara digital bukan lagi konvensional. Kendala yang masih mengakar pada pelaku usaha UMKM juga terkait paradigma berpikir atau mindset pengusaha yang pesimis atau tidak punya *growth mindset*. Kondisi ini menghalangi tumbuhnya inovasi perusahaan di tengah pandemi. Padahal ada banyak hal yang bisa dievaluasi, inovasi dan selanjutnya bahkan dikolaborasikan antara produk dari pelaku UMKM. Misalnya kerjasama antara para pelaku UMKM sehingga terjadi perumusan desain produk baru, atau perbaikan produk yang telah ada dan mengurus merek usaha dan ciri khas produk agar menjadi pembeda dari produk sejenis yang juga beredar di pasaran.

Dengan adanya kerjasama dari para pelaku UMKM baik ke hulu dan ke hilir membuat pasokan bahan baku sampai barang jadi menjadi lebih mudah, cepat dan murah dan hal ini membuat produk UMKM lebih mudah dan murah dijangkau oleh masyarakat. Selain dari itu dengan adaptasi dan kolaborasi membuat produk UMKM menjadi lebih baik dan lebih memiliki nilai jual di mata masyarakat sehingga menjadi peluang peningkatan penjualan bukan hal yang sulit untuk perjuangkan dan dicapai. Hal lain yang tak kalah penting adalah membangun motivasi untuk maju dan meningkatkan etos kerja. Peluang bisnis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) diperkirakan tetap memiliki prospek. Sebab di kebiasaan baru pasca pandemi, masyarakat memerlukan banyak produk yang sebelumnya tidak diperlukan (Nasim, 2020)



Gambar 1: Peserta Pengabdian Masyarakat Pelaku UMKM Kota Bekasi

Kesimpulan

Simpulan dan Rekomendasi yang dapat disampaikan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil seminar adalah: perlu adanya kelanjutan seminar yang berkesinambungan untuk menjelaskan bagaimana prediksi perubahan sektor perekonomian khususnya bisnis UMKM dalam wilayah kajian jabodetabek, nasional dan internasional, apa saja peluang dan tantangan bisnis di masa yang akan datang. oleh karena itu diperlukan suatu bahasan yang lebih luas akan hal ini.

Daftar Pustaka

- Amri, A. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap UMKM DI Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1).
<https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/605/441>
- UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah, (2008).
- Keminfo. (2020). *tingkatkan-produktivitas-dan-nilai-tambah-umkm-melalui-teknologi-digital*. Berita. www.keminfo.go.id
- Menteri, K. (2020). *Permenkes No. 9 Tahun 2020 Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Nasim, E. S. (2020). Peluang-Bisnis-UMKM-Tak-Akan-Pernah-Tertutup. *Republika*.
<https://republika.co.id/berita/qk6qu0415/peluang-bisnis-umkm-tak-akan-pernah-tertutup>
- Nurhidayati et.al. (2021). Pengaturan Perlindungan Data Pribadi dalam Penggunaan Aplikasi PeduliLindungi. *Widyacipta*, 5(1).
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/9447>
- Perdani, W. dkk. (2018). Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SENTIKA). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Startup Di Yogyakarta*.
- Sanggrama dkk. (2020). Sebuah Solusi untuk Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 146–158. <https://journal.maranatha.edu/index.php/jam/issue/view/178>