

Strategi Pemulihan Umkm Pada Masa New Normal Dan Industri 4.0 Di Desa Pulau Gambar

¹⁾Risa Kartika Lubis, ²⁾Nora Anisa Br Sinulingga, ³⁾R Mahdalena Simanjourang
^{1,2,3)}Program Rekayasa Perangkat Lunak, STMIK Pelita Nusantara, Indonesia
Email: ¹⁾risakartika1988@gmail.com, ²⁾norrasinulingga@yahoo.com,
³⁾relimamahdalenasimanjourang@yahoo.co.id

ABSTRAK

Kata Kunci:
UMKM
Market Place
New normal
Industry 4.0
Covid 19

Indonesia saat ini tengah menapak pada revolusi industri 4.0. dalam penerapannya, salah satu strategi pemerintah adalah pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM sebagai pilar besar penyangga ekonomi, terlihat dari kontribusinya yang besar terhadap PDB. Tetapi di sisi lain, UMKM merupakan salah satu sektor yang sangat terdampak pandemi Corona Virus disease 2019 (COVID-19) menyebabkan perekonomian Indonesia begitu terguncang. Melihat kontribusi UMKM yang besar terhadap perekonomian, maka pemulihann UMKM merupakan salah satu langkah tepat untuk kembali memulihkan perekonomian Indonesia. Dengan penerapan strategi yang tepat berbasis teknolohi, maka Indonesia melalui pemulihan UMKM dapat membangkitkan perekonomian pada masa new normal sekaligus bergerak maju ke arah industri 4.0 dalam jangka panjang yaitu antara lain pemanfaatan teknologi digital seperti promosi pada media sosial dan mendaftarkan usaha ke platform marketplace, membangun personal branding, inovasi dan diversifikasi produk menyesuaikan gaya hidup dan konsumsi masyarakat pada masa new normal, evaluasi dan pencatatan keuangan dengan software akuntansi yang digital, serta mendaftarkan UMKM secara resmi pada Dinas Koperasi dan UMKM

ABSTRACT

Keywords:

MSMEs
Market Place
New normal
Industry 4.0
Covid 19

Indonesia is currently treading on the industrial revolution 4.0. In its implementation, one of the government's strategies is the empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). MSMEs as a big pillar of economic support, can be seen from their large contribution to GDP. But on the other hand, MSMEs are one of the sectors most affected by the Corona Virus disease 2019 (COVID-19) pandemic causing the Indonesian economy to be so shaken. Seeing the large contribution of MSMEs to the economy, the recovery of MSMEs is one of the right steps to restore the Indonesian economy. By implementing the right strategy based on technology, Indonesia through the recovery of MSMEs can revive the economy in the new normal period while moving forward towards industry 4.0 in the long term, including the use of digital technology such as promotion on social media and registering businesses to the marketplace platform, building personal branding, innovation and product diversification to adapt people's lifestyles and consumption in the new normal, evaluation and financial records with digital accounting software, as well as registering MSMEs officially at the Cooperatives and MSMEs Service

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. PENDAHULUAN

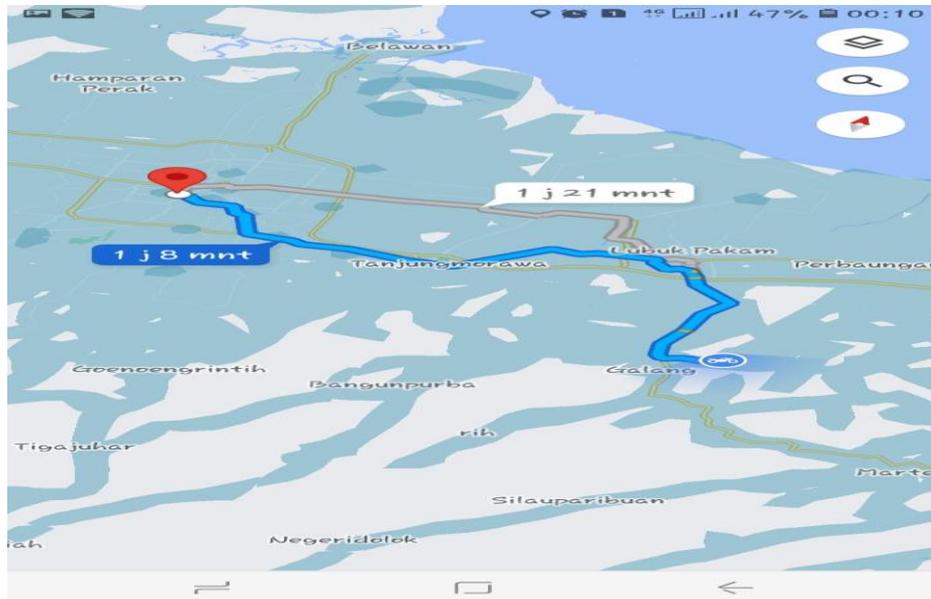
Pada konsep penerapannya, pada era 4.0 setiap kegiatan diharapkan dapat lebih efektif, efisiensi waktu dan biaya. Selain perbaruan dalam bidang teknologi industri, manfaat dari era 4.0 juga dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat, di antaranya ketersediaan informasi yang dapat dengan mudah diakses dan konektivitas yang dapat membuat masyarakat selalu terhubung serta berbagi informasi. Pada revolusi industri keempat ini, perubahan besar bagi sektor industri untuk memanfaatkan sepenuhnya kemajuan arus teknologi informasi dan komunikasi. Bukan hanya dalam kegiatan produksi, tetapi teknologi informasi dan komunikasi harus menjadi andal dalam setiap rantai industri mulai dari produksi, distribusi, hingga konsumsi. Produk-produk yang diperjualbelikan pun tak lagi hanya produk-produk berbentuk fisik tetapi juga aplikasi dan teknologi. Untuk mencapai sasaran tersebut, segala pihak perlu berkolaborasi diantaranya pemerintahan, akademisi, asosiasi pelaku industri, dan termasuklah pelaku UMKM. 10 prioritas nasional Making Indonesia 4.0 antara lain yaitu perbaikan alur aliran material, mendesain ulang zona industri, mengakomodasi standar sustainability, peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), menerapkan insentif investasi teknologi, harmonisasi aturan dan kebijakan, pemberdayaan UMKM, membangun infrastruktur digital nasional, dan menarik investasi asing. Pemulihan ekonomi Indonesia diharapkan akan terus berlanjut hingga tahun 2022 seiring dengan harapan kurva infeksi COVID-19 mengalami perlambatan dan penemuan vaksin. Menurut Ade Cahyono, 2021 Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Desa Sumurboto, Kabupaten Blora merupakan salah satu desa yang sebagian besar masyarakatnya menjadi pengrajin anyaman bambu. Secara langsung maupun tidak langsung, mereka terdampak adanya pandemi covid 19 ini. Karena itu perlu strategi pemasaran yang dapat dilakukan pada masa pandemi Covid-19 dan faktor pendukung dalam berwirausaha di sektor ekonomi kreatif pada masa pandemi Covid-19. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan library research. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa penyusunan strategi pemasaran dalam berwirausaha pada sektor ekonomi kreatif dapat direncanakan melalui STP (Segmenting, Targetting dan Positioning) untuk menarik konsumen. Sedangkan faktor pendukung dalam berwirausaha di sektor ekonomi kreatif pada masa pandemi Covid-19 agar berjalan secara efektif dan efisien diantaranya adalah konsep promotion, service excellent customers rewards, afiliasi atau kemitraan dan modal sosial.

Hal terpenting dalam memulihkan ekonomi Indonesia adalah melalui peningkatan pelayanan kesehatan masyarakat, menjaga daya beli dan konsumsi masyarakat, serta menggerakkan kembali dunia usaha. Sebagai makhluk sosial kami ingin membantu pelaku pelaku umkm untuk meningkatkan omset penjual menggunakan platform digital marketing untuk agar pelaku pelaku umkm menjangkau pasar yang luas, dengan pemanfaatan digital marketing para penjual akan memperoleh keuntungan antara lain penjual dapat menawarkan dagangannya dengan pasar yang luas, kemudahan mengakses informasi dengan adanya fitur chat dengan konsumen, penjual yang berkualitas dibidang produk dan pelayanan akan memperoleh rating yg tinggi jika konsumen merasa sehingga para pelaku umkm akan bersaing dalam kualitas produk dan pelayanan, dan keuntungan bagi yaitu konsumen memperoleh kemudahan dengan adanya spesifikasi produk yang ditawarkan, kemudahan membeli dengan adanya sistem pembayaran cod (cash on delivery), adanya rating penjual sehingga konsumen memiliki kebebasan membeli produk yang ditawarkan.

II. MASALAH

Persoalan yang menjadi prioritas yang telah disepakati untuk diselesaikan yaitu jangkauan pasar yang sempit dan kurangnya sentuhan teknologi untuk memperindah tampilan produk, pengemasan yang sederhana dan kurang memperhatikan kebersihan dan keamanan khusus untuk produk makanan. Jangkauan pasar yang sempit membuat pelaku pelaku umkm memiliki pendapatan yang stagnan, bahkan cenderung menurun akibat pandemi covid 19, karena pembeli hanya dari

beberapa desa saja, kemudian orderan menurun karena perekonomian melemah, dengan adanya penjualan melalui digital marketing tidak menutup kemungkinan adanya pembeli yang datang dari luar desa bahkan diluar kecamatan lebih mencakup pasar yang luas. Kemudian gambar produk yg dijual melalui media sosial terlihat kurang menarik dimata konsumen, para pelaku umkm hanya menggunakan kamera ponsel untuk mengambil gambar produknya, disini kami akan mengedukasi para pelaku umkm agar mereka tau mengambil gambar produknya secara bagus agar terlihat menarik dimata konsumen dan mengedukasi bagaimana mengemas makanan agar bersih, sehat dan menarik dimata konsumen.



Gambar 1. Foto Lokasi PKM

III. METODE

Metode yang dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah, diskusi, dan metode praktikum secara langsung.

Tahapan pelaksanaan Kegiatan PKM yang dilaksanakan sebagai berikut:

1. Sebelum dimulai kegiatan praktikum diawali dengan pengenalan *aplikasi market place dimedia sosial*. Pengenalan digunakan untuk membantu peserta dalam mengoperasikan fitur-fitur pada market place. Kegiatan pelatihan ini bertempat di aula desa pulau gambar.
2. Masing-masing peserta menggunakan 1 unit 1 smartphone selama praktek berlangsung. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 1 (satu) hari dengan durasi pelatihan sebanyak 1 sesi terdiri dari :

Sesi 1 dilakukan dengan rincian:

- a. 60 menit pengenalan aplikasi market place
 - b. 120 menit membuat dan mengupload bahan jualan
3. Selama sesi pelatihan akan dilakukan evaluasi dengan mempraktekkan secara langsung bagaimana peserta mengupload bahan jualan, Jika para peserta mengerjakan sesuai dengan arahan, maka hal inilah yang menjadi indikator dari keberhasilan kegiatan ini. Kemampuan pemahaman peserta dapat dilihat berdasarkan yang mereka upload secara langsung pada kegiatan pelatihan ini.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah pemaparan dari hasil dan luaran yang dicapai dari pelaksanaan pelatihan yang telah dilakukan oleh Para Dosen STMIK Pelita Nusantara.

1. Materi Pelatihan

- a. Penjelasan tentang pentingnya pemanfaatan market place
- b. Memberi pelatihan tata cara mengaplikasikan market place di media sosial

2. Pola Kegiatan

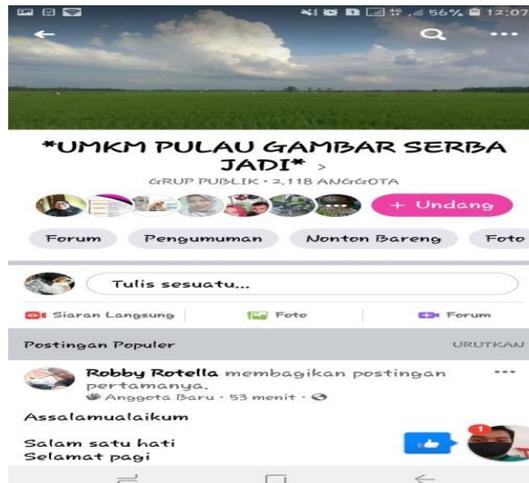
- a. Kata pembukaan oleh Ketua UMKM
- b. Pembukaan yang di bawakan oleh ketua kegiatan
- c. Penyampaian materi yang telah dipersiapkan dan anggota
- d. Pelaku UMKM praktek dan mengikuti apa yang di sampaikan kepada pemateri
- e. Pelaku UMKM langsung mengerjakan apa yang di berikan oleh pemateri secara online.
- f. Salam penutup.
- g.

3. Hasil Pelaksanaan PKM yang dilakukan

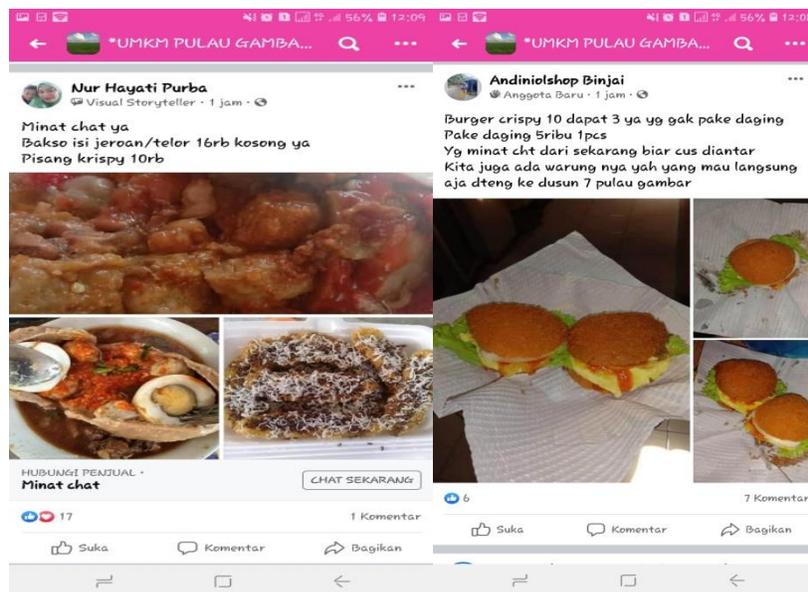
Masing-masing peserta menggunakan 1 unit 1 smartphone selama praktek berlangsung. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 1 (satu) hari dengan durasi pelatihan sebanyak 1 sesi terdiri dari : Sesi 1 dilakukan dengan rincian:

- a. 60 menit pengenalan aplikasi market place
- b. 120 menit membuat dan mengupload bahan jualan

Selama sesi pelatihan akan dilakukan evaluasi dengan mempraktekkan secara langsung bagaimana peserta mengupload bahan jualan. Jika para peserta mengerjakan sesuai dengan arahan, maka hal inilah yang menjadi indikator dari keberhasilan kegiatan ini. Kemampuan pemahaman peserta dapat dilihat berdasarkan yang mereka upload secara langsung pada kegiatan pelatihan ini. Pelaksanaan kegiatan Pelatihan berlangsung dengan baik dan sukses. Hal ini dapat dilihat dari dokumentasi hasil kegiatan yang telah dilakukan seperti yang disajikan di gambar 2.:



Gambar 2. Market Place di media social facebook



Gambar 3. Hasil postingan pelaku UMKM di market place Facebook

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilakukan pada umkm pulau gambar di Desa Pulau Gambar Kecamatan Serbajadi Kabupaten Serdang Bedagai” tentang pengabdian masyarakat “Strategi Pemulihan Umkm Pada Masa New Normal Dan Industri 4.0 di desa Pulau Gambar”. Pengabdian ini terselenggara dengan baik atas bantuan dan kerja sama yang baik dari semua pihak

Market place membantu mereka menjangkau pembeli yang lebih luas. Peran marketplace bagi UMKM juga membuat penjual memiliki lebih banyak waktu untuk menciptakan produk dan memperbaiki layanan yang membuat pelanggan lebih puas. Dengan demikian, mereka dapat berkreasi aktif dan tepat dalam menyebarkan, dan memberikan dukungan semangat kepada masyarakat melalui media sosial yang dimiliki

DAFTAR PUSTAKA

- Purba, R., Puspita Dani, E., Br.Sinulingga, N. A., Khairunnisa, K., & Dwi Faarah, D. (2021). Penigkatan Kemampuan Bahasa Inggris Berekivalensi Toefl Bagi Mahasiswa STMIK Pelita Nusantara Secara Online. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 1(2), 47-58. Retrieved from <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/153>
- Anisa, N., Sinulingga, B., & Dani, E. P. (2020). *MEMASARKAN PRODUK KERAJINAN LIMBAH ANORGANIK*. 1, 21–25.
- Artikel, I. (2020). (*JPkMN*) Vol : 2 No . 1 September 2020 *Pengenalan Google Class kepada Tenaga Pengajar di Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* Vol : 2 No . 1 September 2020. 1, 1–7.
- Dani, E. P., Anisa, N., Sinulingga, B., & Purba, R. (2020). *PELATIHAN PENGGUNAAN GOOGLE CLASSROOM BAGI GURU MTS*. 1, 26–31.
- Khairani, M., & Annisah Lubis, Y. F. (2021). Radio Frequency Identification (RFID) Dalam Penanganan Data Siswa Pada Sistem Akademik SMK Nur Azizi Tanjung Morawa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 1(2), 40-46. Retrieved from <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/139>

- Kristianto Hondro, R., Ramadhani, P., & Sayuthi, M. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Google Classroom Untuk Manajemen Pembelajaran Bahasa Inggris di Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Al Munadi di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 1(2), 66-70. Retrieved from <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/164>
- Maulana, H. M. (2021). Bimbingan Program Kampus IAIN Kediri kepada Kalangan Santri Baru di PP Al-Fath Kota Kediri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 1(2), 59-65. Retrieved from <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/163>
- Purba, R., Lubis, R. K., Studi, P., & Informatika, M. (2020). (*JPkMN*) *SOSIALISASI E- COMMERCE BAGI REMAJA MELALUI MEDIA SPEAKING ACTIVITY DI MTsN 1 DELI SERDANG JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT NUSANTARA (JPkMN) Vol: 2 No . 1 September 2020 I . Pendahuluan dan pengembangan program dengan menggambarkan kondisi. 1*, 8–20.
- Yunita, L., Simorangkir, W., Saputra, S., Yunita, L., Simorangkir, W., & Saputra, S. (2020). *STMIK Pelita Nusantara. 1*, 32–39.
- Qulloh, F. I. (2021). Pengembangan Literasi Dalam Peningkatan Minat Baca Santri Pada Perpustakaan Mini Pesantren Pelajar Al-Fath Rejomulyo Kediri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 1(2), 71-78. Retrieved from <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/165>