

Peningkatan Omzet UMKM Guna Menjaga Perekonomian Masyarakat Desa di Masa Pandemi Covid-19

Increasing MSME Turnover to Maintain the Village Community Economy during the Covid-19 Pandemic

¹⁾Nurul Alfian, ^{2*)}Wahyu Maulana

¹⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi

²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi

Universitas Madura

Jl. Raya Panglegur km 3,5 Pamekasan

*email: revelation10greats@gmail.com

DOI:

10.30595/jppm.v6i2.7982

Histori Artikel:

Diajukan:

09/07/2020

Diterima:

08/08/2022

Diterbitkan:

13/09/2022

ABSTRAK

Posisi UMKM dimasa pandemi seperti ini harus tetap bertahan untuk menjaga perekonomian suatu wilayah terutama di pedesaan. Melimpahnya sumber daya yang ada merupakan keunggulan tersendiri dalam berinovasi. Permasalahan umum yang terjadi adalah bermula dari ide akan produk inovasi, lalu merambah pada proses produksi hingga ke penjualannya. Tujuan dari pengabdian ini untuk menciptakan produk inovasi bagi UMKM yang ada di bawah naungan BUMDES sehingga menjadi produk unggulan desa Patapan. Metode yang dilakukan terdiri dari pelatihan, pendampingan, difusi teknologi hingga ke penjualannya. Hasil yang diperoleh adalah terciptanya produk inovasi, mitra mendapatkan keterampilan dan pengetahuan, design kemasan produk yang menarik, proses legalitas produk berupa NIB dan IUMK hingga penjualan secara langsung ke konsumen untuk mempromosikan produk agar penjualan meningkat signifikan.

Kata kunci: Inovasi; Pendampingan; Desain dan Penjualan

ABSTRACT

The position of MSMEs in a pandemic like this must persist to maintain the economy of a region, especially in rural areas. The abundance of available resources is a distinct advantage in innovation. Common problems that occur are starting from the idea of innovation products, then reaching the production process to the sales. The purpose of this service is to create innovative products for MSMEs that are under the auspices of BUMDES so that they become the superior product of Patapan village. The method used consists of training, mentoring, technology diffusion to sales. The results obtained are the creation of innovative products, partners gain skills and knowledge, attractive product packaging designs, product legality processes in the form of NIB and IUMK to direct sales to consumers to promote products so that sales increase significantly.

Keywords: Innovation; Assistance; Design and Sales

PENDAHULUAN

Kondisi seluruh Negara di dunia saat ini hampir mengalami *resesi* yang disebabkan oleh perekonomian yang turun secara drastis dan tak menentu. Hal ini disebabkan oleh dampak domino dari adanya penyebaran virus

covid-19 yang sampai saat ini masih belum ada vaksinnnya. Dikatakan berdampak domino karena tidak hanya sektor ekonomi saja yang mengalami “kelelahan” dalam menghadapi kondisi seperti ini akan tetapi sektor lainnya juga mengalami hal yang sama, sebut saja

sektor pendidikan, pariwisata dan lain sebagainya. Untuk sektor ekonomi, daya beli konsumen, produsen yang tidak lagi produktif, pasar yang mengalami kondisi tak menentu baik dari segi harga, pangsa pasar, ketersediaan bahan baku dan lain sebagainya merupakan hal yang berdampak dari adanya penyebaran virus covid-19 ini.

Untuk *survive* dalam kondisi seperti ini, diperlukan peningkatan kinerja dari para pelaku ekonomi tersebut. Inovasi dan produk dan produk dengan kualitas yang tinggi kelasnya akan sangat berhasil dalam memenangkan persaingan global saat ini (Hartini, 2012). Dimana segalanya saat ini juga harus terkoneksi ke arah digitalisasi yang merupakan perubahan besar bagi mereka para pelaku UMKM agar bisa terus bersaing dan berkembang. Tidak hanya tumbuh berkembang, hal ini dilakukan untuk menjaga angka perolehan keuntungan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Ketidakkampuan dalam hal penciptaan produk inovasi dan digitalisasi haruslah diperbaiki baik dari segi sumber daya manusianya (SDM) maupun dari segi aset yang dimilikinya. Aset yang dimaksud dalam hal ini merupakan perangkat kerja yang bisa mendukung agar kinerja UMKM tersebut dapat berjalan dengan baik dan perolehan keuntungan terus meningkat. Tentunya hal ini menjadi dilema karena mereka haruslah menyediakan dana yang tidak sedikit untuk mempersiapkan itu semua, di satu sisi mereka juga harus berhemat untuk keberlangsungan hidup mereka di masa pandemi seperti ini.

UMKM yang merasakan dampak langsung dari adanya virus covid-19 ini mayoritas terletak di daerah pedesaan yang sangat minim akses baik berupa informasi, koneksi ke arah digitalisasi, adaptasi usaha dalam hal ini produk inovasi yang cocok dikala pandemi saat ini dan lain sebagainya. Hal ini juga dirasakan oleh UMKM yang terletak di desa Patapan kecamatan Torjun kabupaten Sampang yang berada di bawah naungan BUMDES (badan usaha milik desa). Hal ini yang menjadi sebuah “pekerjaan” baru bagi para UMKM agar di masa pandemi seperti saat ini kinerjanya tetap stabil dan perolehan keuntungan tetap maksimal guna menjaga perekonomian desa. Hal ini berdasarkan pada

peranan penting yang diemban oleh UMKM dalam penggerak perekonomian di sebuah wilayah (Sudaryanto, 2012) dan berperan penting dalam menyerap banyak tenaga kerja di lingkungan sekitarnya serta penggerak pertumbuhan perekonomian nasional (Primiana, 2009).

Dari latar belakang ini, kami ingin berkontribusi dalam membantu dan membagi keilmuan yang dimilikinya dengan tujuan agar perekonomian desa tetap terjaga dan tetap berada dalam posisi yang benar di masa pandemi seperti saat ini. Obyek pengabdian dilakukan pada UMKM yang terletak di desa Patapan kecamatan Torjun kabupaten Sampang yang berada di bawah naungan BUMDES setempat.

METODE

Pelaksanaan pengabdian ini melalui beberapa metode seperti penciptaan produk inovasi, pendampingan dalam proses pembuatan produk, difusi dalam pengemasan produk, pendampingan untuk mendapatkan NIB (nomor induk berusaha) dan IUMK serta penjualan secara langsung ke masyarakat melalui pameran produk khas daerah. Selama kegiatan pengabdian ini berlangsung, mitra sangat aktif dalam mengikuti setiap tahapan prosesnya serta memberikan beberapa masukan kepada kami terkait beberapa hal misalnya mengenai konsep *design* produknya, proses pembuatannya dan lain sebagainya. Mitra juga memberikan gambaran akan ketertarikan BUMDES akan terciptanya produk tersebut mengingat hal ini menjadi salah satu produk unggulan yang menjadikan *income* tersendiri bagi BUMDES dan tentunya UMKM itu sendiri.

Adapun beberapa metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penciptaan produk inovasi
2. Advokasi dalam pendampingan pembuatan produk yang sifatnya masih manual. Dimana hal ini banyak celah yang bisa diperbaiki dimasa yang akan datang seperti adanya mesin produksi
3. Difusi teknologi pengemasan produk berupa *design* yang menarik sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan

4. Advokasi dalam bentuk memperoleh NIB dan IUMK serta
5. Penjualan produk secara langsung dan promosi produk melalui pameran produk dimana hal ini juga terdapat celah yang bisa dilakukan ditahap selanjutnya dengan *digital marketing*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan tahapan yang dilakukan selama kegiatan pengabdian berlangsung, diantaranya:

1. Penciptaan produk inovasi

Bahan baku produk inovasi ini berasal dari hasil bumi yang melimpah di desa Patapan sehingga hal inilah yang menjadikan terciptanya ide akan produk inovasi tersebut yang menjadikannya merupakan salah satu produk unggulan dari BUMDES setempat. Bahan baku yang dimaksud merupakan beras dan ikan lele, dimana kedua bahan baku tersebut keberadaannya melimpah sehingga menjadi salah satu keuntungan tersendiri didalam proses pembuatannya.

Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Prajogo dan Sohal (2003) yang menunjukkan adanya hubungan klausal antara inovasi dengan kualitas sebuah produk. Dengan adanya inovasi, maka produk yang dihasilkan semakin berkualitas dan hasil penciptaan produk dalam pengabdian ini merupakan inovasi produk. Dikatakan produk inovasi karena belum ada produk sejenis ini sebelumnya dan merupakan perpaduan bahan baku yang didalamnya terdapat *value added*.

2. Pendampingan pembuatan produk

Pembuatan produk ini tergolong masih sederhana dikarenakan dalam proses pembuatannya masih belum tersentuh yang namanya teknologi. Hal inilah yang menjadi celah untuk tahapan selanjutnya agar produksi produk ini lebih canggih dan semakin membantu dalam penjualan produknya. Ide produk ini merupakan hasil pemikiran bersama antara mitra UMKM, BUMDES dan para pelaku pengabdian.

Produk ini awal proses pembuatannya berupa adonan, dimana adonana ini merupakan campuran dari berbagai bahan termasuk didalamnya beras yang sudah menjadi nasi dan daging ikan lele segar yang kemudian adonan

tersebut dipipihkan dengan menggunakan alat pemipih. Hasil pemipihan tersebut kemudian di potong-potong sesuai bentuk produknya (disesuaikan dengan kemasan produknya).



Gambar 1. Proses pemipihan adonan produk

Proses pemipihan dan pemotongan inilah yang bisa dipercepat menggunakan dengan sentuhan teknologi berupa mesin sehingga panjangnya proses tersebut bisa diatasi dan menjadikan efisiensi dalam produksi produk tersebut.

Pembuatan produk ini tentunya tidak bisa langsung dipraktekkan oleh pelaku UMKM sehingga diperlukan adanya pendampingan dan pelatihan sehingga hasilnya dapat menjadi signifikan dan dapat menjadi sebuah keterampilan dan mudah juga diterapkan dimasa yang akan datang (Anggoro *et, al.*, 2018). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Prasanti dan Fuady (2017) dimana menyebutkan kegiatan pelatihan merupakan salah satu cara penyampaian informasi yang efektif.

Dengan adanya pendampingan dalam pembuatan produk tersebut, membuat UKM mempunyai keterampilan tambahan yang nantinya bisa disampaikan ke masyarakat lainnya yang membutuhkan dan bisa dimodifikasi sesuai dengan keinginan dalam melakukan penjualan produk tersebut nantinya. Selain itu, bisa dilakukan cara yang lebih efektif serta efisien dalam proses pembuatan produk tersebut agar produksi lebih maksimum.

3. Pengemasan dan *design* produk

Kemasan produk memiliki peranan penting dalam mengkomunikasikan produk yang akan disampaikan ke konsumennya. Dimana fungsi dari kemasan salah satunya melindungi produk dari kerusakan, identitas

sebuah produk dan sebagai alat komunikasi melalui *design* atau logo atau label produk itu sendiri (Julianti dan Nurminah, 2006). Kemasan dan *design* produk yang menarik merupakan salah satu strategi yang banyak digunakan untuk memenangkan persaingan dalam bisnis (Mukhtar dan Nurif, 2015). Berikut merupakan *design* dalam kemasan produk yang dihasilkan dalam pengabdian ini.



Gambar 2. Kemasan dan *design* produk

Hasil diskusi bersama menghasilkan bentuk kemasan dan *design* yang cukup menarik meskipun masih belum sempurna. Hal ini disebabkan dalam prosedur pembuatan *design* ada hal yang belum lengkap seperti nomor PIRT (pangan industry rumah tangga), BPOM, HALAL dan lain sebagainya yang belum ada karena dalam proses pengajuan di tahap pengabdian selanjutnya sehingga *design* produk didalamnya menggunakan komposisi yang sederhana namun tetap *eye catching* bagi konsumennya.

Kemasan produk dengan menggunakan plastik seperti itu kesannya terhadap konsumen akan sangat berbeda jika dibandingkan dengan dikemas hanya menggunakan bahan lainnya seperti *aluminium foil* yang menyerupai produk olahan pabrik (Hidayat, 2011). Kemasan tersebut didalam *design* produknya mencantumkan ada varian rasa yang bisa dipilih oleh konsumennya. Hal ini mempermudah pilihan konsumen dalam menentukan selera terhadap produk itu sendiri.

4. Advokasi dalam perolehan NIB dan IUMK

Pengajuan nomor NIB dan IUMK dilakukan dengan cara OSS (*online single*

submission) sehingga hal ini dirasa lebih simple jika dibandingkan dengan harus terjun langsung ke dinas terkait. Hal ini juga menjadi bahan pembelajaran untuk pelaku UKM tersebut dan dapat menularkan apa yang diketahuinya ke UKM lainnya yang ada di satu desa tersebut. Mengingat untuk arah digitalisasi, tidak semua orang paham sehingga hal ini menjadi sebuah ilmu pengetahuan yang luar biasa penting bagi keberlangsungan UKM itu sendiri.

5. Penjualan produk

Penjualan produk dalam pengabdian ini masih belum menggunakan sentuhan digitalisasi. Hal ini disadari menjadi celah yang bisa diperbaiki mengingat dengan menggunakan internet akan mempermudah dalam perolehan berbagai informasi tanpa ada batasan baik dari segi ruang dan waktu (Bariyyah dan Permatasari, 2017). Penjualan yang dilakukan merupakan *direct selling* ke konsumen melalui media pemasaran seperti acara CFD, ke toko camilan dan lain sebagainya yang sifatnya langsung menuju konsumen sebagai sasarannya.

Selain itu, hal yang dilakukan dalam mempromosikan produk tersebut melalui pameran produk unggulan desa yang ada di ruang lingkup kabupaten Sampang dan kabupaten Pamekasan. Tujuannya untuk memperkenalkan ke masyarakat luas, jadi tidak hanya promosi di kabupaten Sampang saja namun juga merambah ke kabupaten Pamekasan agar lebih dikenal oleh masyarakat Madura pada umumnya dan tentu dampaknya terhadap penjualan semakin meningkat secara signifikan. Berikut ini merupakan bentuk dokumentasi dari adanya pameran produk antar kecamatan se kabupaten Sampang dan Pamekasan.



Gambar 3. Pameran produk unggulan desa

SIMPULAN

Pengabdian ini menghasilkan beberapa hasil diantaranya : 1. Pendampingan dalam proses pembuat produk dari bentuk adonan hingga menjadi *output* yang ditargetkan; 2. *Design* produk yang menarik; 3. Proses pembuatan PIRT; serta 4. Penjualan produk. Terlepas dari hasil pengabdian yang telah terlaksana, terdapat beberapa kekurangan yang harapannya bisa ditindaklanjuti dan disempurnakan oleh pengabdian selanjutnya. Dimana kekurangan tersebut diantaranya : 1. Belum adanya mesin; 2. Digitalisasi belum tersentuh; dan 3. Legalitas produk ke tahap sertifikasi halal, PIRT dan BPOM belum diperoleh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Universitas Madura yang telah mendukung pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik serta lancar dan juga kepada mitra UMKM serta BUMDES di desa Patapan Torjun kabupaten Sampang atas kerjasamanya.

DAFTAR PUSTAKA

Anggoro, S., Harmianto, S dan Yuwono, PD. 2018. *Upaya meningkatkan kemampuan pedagogik guru melalui pelatihan pembelajaran tematik sains menggunakan inquiry learning process*

and science activity based daily life. Jurnal pengabdian dan pemberdayaan masyarakat vol 2 no 1 tahun 2018 pp : 29-35

Barriyah dan Permatasari, D. 2017. *Pelatihan pemanfaatan media online dalam layanan bimbingan konseling bagi konselor sekolah menengah pertama di kabupaten Pamekasan Madura.* Jurnal pengabdian kepada masyarakat IKIP PGRI Jember vol 1 no 3 tahun 2017 pp : 63-69

Hartini, Sri. 2012. *Peran inovasi : pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis.* Jurnal manajemen dan kewirausahaan vol 14 no 1 tahun 2012 ISSN : 2338-8234

Hidayat, MJ. 2011. *Tinjauan kognisi design produk kemasan sebagai unsur identitas budaya populer atas produk kemasan makanan industry kecil menengah (IKM).* Jurnal Kawistara vol 1 no 3 tahun 2011 pp : 244-256

Julianti, E dan Nurminah, M. 2006. *Teknologi pengemasan.* Fakultas pertanian Universitas Sumatera Utara

Mukhtar, S dan Nurif, M. 2015. *Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen.* Jurnal sosial humaniora vol 8 no 2 tahun 2015 pp : 181-191

Prajogo, D dan Sohal, A. 2003. *The relationships between TQM practices, quality performance and innovation performance.* International journal of quality and reliability management vol 20 no 8 pp : 901-918

Prasanti, D dan Fuady, I. 2017. *Penyuluhan program literasi informasi kesehatan dalam meningkatkan kualitas sanitasi bagi masyarakat di kaki gunung burangrang kabupaten Bandung barat.* Jurnal pengabdian dan pemberdayaan masyarakat vol 1 no 2 tahun 2017 pp : 129-138

Primiana, I. 2009. *Menggerakkan sektor riil UKM dan industry.* Bandung : Alfabeta

Sudaryanto. 2012. *Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas ASEAN*. Jurnal ekonomi akuntansi dan manajemen vol 1 no 2 tahun 2012