

PENGEMBANGAN POTENSI UMKM SEBAGAI WUJUD KEMANDIRIAN EKONOMI MASYARAKAT

DEVELOPMENT OF POTENTIAL MSME AS A COMMUNITY ECONOMIC INDEPENDENCE

¹⁾ Rina Mudjiyanti, ²⁾ Ani Kusbandiyah, ³⁾ Naelaty Tubastuvi, ⁴⁾ Alfalisyanto
^{1,2)}Program Studi Akuntansi, ^{3,4)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jl. KH . Akhmad Dahlan
*Email: rinamudjiyantie17@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan UMKM pasca covid-19 sempat mengalami penurunan. Namun dapat dilihat saat ini perkembangan UMKM mulai membaik. Kebijakan pemerintah dirasa cukup efektif dalam mengembangkan UMKM. Daya serap tenaga kerja juga sudah cukup tinggi, meski dibebraapa tempat banyak yang UMKM baru bertumbuh. Hal ini juga didukung dengan adanya inovasi produk dan kemasan, yang dapat meningkatkan nilai jual. Produk yang baik tentu dimulai dengan bahan baku yang halal atau sesuai dengan syariat Islam. Bukan hanya inovasi produk, namun juga melakukan promosi melalui media digital. Saat ini UMKM sudah banyak yang memasarkan produk menggunakan *marketplace* dan media sosial sebagai sarana promosi tercepat di era digital. Meningkatnya pendapatan atau omset didukung adanya pencatatan keuangan yang sudah lebih baik, sehingga pemilik atau pengelola UMKM dapat mengetahui perkembangan usaha secara berkala. Harapan kami, semoga UMKM di desa Kembaran dapat tumbuh dan berkembang lebih baik lagi ke depannya dan semakin membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar.

Kata Kunci : inovasi, promosi, keuangan

ABSTRACT

The development of MSMEs after COVID-19 has experienced a decline. However, it can be seen that the development of MSMEs is starting to improve. Government policies are considered quite effective in developing MSMEs. The absorption of labor is also relatively high, although many SMEs are growing in some places. This is also supported by product and packaging innovations, which can increase sales value. A good product, of course, starts with halal raw materials or by Islamic law. Not only product innovation but also promotion through digital media. Currently, many MSMEs have marketed their products using the marketplace and social media as the fastest means of advertising in the digital era. The increase in income or turnover is supported by better financial records so that the owners or managers of MSMEs can find out about business developments regularly. We hope that MSMEs in Kembaran village can grow and develop better in the future and open up more job opportunities for the surrounding community.

Keywords: *innovation, promotion, finance*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah membawa perekonomian nasional dan global ke arah resesi ekonomi. Hal ini ditandai dengan menurunnya pertumbuhan ekonomi nasional dan global. Salah satu sektor yang sangat terpuak oleh pandemi Covid-19 adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang juga menggerek turunnya perekonomian nasional. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8%. (Sasongko, 2020).

Kondisi UMKM lokal sempat mengalami penurunan pada dua tahun pertama pandemi Covid-19 yakni di tahun 2020-2021. Berdasarkan survei dari UNDP dan LPEM UI yang melibatkan 1.180 responden para pelaku UMKM diperoleh hasil bahwa pada masa itu lebih dari 48% UMKM mengalami

masalah bahan baku, 77% pendapatannya menurun, 88% UMKM mengalami penurunan permintaan produk, dan bahkan 97% UMKM mengalami penurunan nilai aset. Namun dapat dilihat saat ini sebanyak 84,8% UMKM yang tadinya terpuruk sudah kembali beroperasi normal. Kebijakan Pemerintah selama pandemi terbukti cukup efektif dalam mewujudkan hal tersebut (Limanseto, 2022).

Dalam proses pemulihan ekonomi Indonesia pasca covid-19, sektor UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam kemajuan perekonomian yang dapat ditinjau dari berbagai aspek. Pertama, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Kedua, potensinya yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Melihat potensi besar yang dimiliki UMKM, maka diperlukan strategi dari pemerintah dalam pemberdayaannya. Undang Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, pasal 2 menyatakan bahwa tujuan dunia usaha ini dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Pemerintah berperan dalam mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuhkan suasana dan iklim yang menunjang pertumbuhan dunia usaha

Pemberdayaan masyarakat pada dasarnya merupakan pokok pikiran dari teori pembangunan yang berpusat pada rakyat, yang dalam implementasinya dijabarkan ke dalam pendekatan pemberdayaan masyarakat, yaitu adanya pendekatan yang memberikan kesempatan yang lebih luas bagi masyarakat lokal untuk lebih berpartisipasi dalam pembangunan sesuai dengan potensi yang dimiliki (Soetomo, 2011). Desa Kembaran memiliki potensi pengembangan UMKM yang cukup baik, hal ini disampaikan ketua pembina UMKM kecamatan Kembaran. Bertumbuhnya UMKM pasca covid-19 menandakan bahwa sektor usaha kecil mampu memperkuat ekonomi masyarakat, mampu menyerap tenaga kerja, dan mampu bertahan dalam kondisi pemulihan ekonomi.

Permasalahan yang dialami UMKM di desa Kembaran dalam memanfaatkan potensi sumberdaya alam dan sumber daya manusia adalah: a. Kurangnya bahan baku yang sesuai untuk pembuatan produk, agar tetap menjaga kualitas. b. belum mampu melakukan inovasi produk secara maksimal. c. Belum maksimal dalam melakukan pengemasan. d. belum adanya promosi melalui media digital.

METODE

Secara teknis pelaksanaan kegiatan pengembangan UMKM melalui inovasi produk, kemasan dan promosi media digital, sebagai berikut:

Persiapan, pada tahap ini mempersiapkan peserta atau UMKM yang akan di dampingi dalam proses inovasi dan promosi melalui media digital (*digital marketing*). Pada tahap ini, pemilik UMKM diberikan sosialisasi mengenai inovasi usaha dan promosi. Selanjutnya tahap pelaksanaan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan meliputi penyuluhan, pelatihan dan pendampingan. Penyuluhan dengan memberikan edukasi dalam hal inovasi yang merupakan pengembangan kreatifitas usaha dan edukasi pemanfaatan media digital. Pendampingan inovasi produk dan kemasan, serta promosi akan berdampak jangka panjang pada perkembangan UMKM baik dari sisi produksi dan semakin luasnya target pasar UMKM. Tahap akhir adalah evaluasi dan monitoring kegiatan. Evaluasi dan monitoring akan dilaksanakan oleh anggota, serta para pemilik UMKM.

Tabel 1. Luaran yang Dicapai

Bidang dan Permasalahan	Rencana Kerja	Target Luaran	Capaian
Mitra UMKM desa Kembaran			
Bidang Inovasi:			
Belum ada inovasi produk dan kemasan	Pengembangan inovasi produk dan kemasan	Meningkatkan inovasi usaha (produk dan kemasan)	Inovasi produk dan kemasan menjadi lebih baik
Bidang Promosi Digital:			



Belum ada media
promosi digital

Pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi produk Meningkatkan dan memperluas target pasar Berkembangnya UMKM, memiliki pasar yang lebih luas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hambatan dalam melaksanakan program ini adalah masih minimnya wawasan masyarakat atau pemilik UMKM mengenai kemasan, teknologi pengemasan, juga inovasi dari produk tersebut. Selain itu masih perlu pemahaman dasar mengenai literasi digital dan promosi melalui media digital dapat digunakan. Kondisi pasca pandemi covid-19 yang masih terus berlanjut menimbulkan kekhawatiran pelaku usaha akan dampak terhadap keberlanjutan usaha. Perlu adanya usaha, kreatifitas, dan strategi bisnis untuk meyakinkan pelaku usaha dalam menghadapi ketidakpastian. Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi hambatan tersebut adalah: a. Memberikan edukasi mengenai inovasi produk dan kemasan yang lebih baik, agar produk tidak mudah rusak. b. Mengadakan pendampingan dalam melakukan promosi melalui media digital. Selain itu, pendampingan inovasi produk dan kemasan dimaksudkan untuk meningkatkan nilai jual produk. Sedangkan untuk pendampingan promosi, agar supaya UMKM lebih dikenal masyarakat luas.

Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi hambatan:

- Memberikan edukasi inovasi produk dan kemasan, serta literasi digital, melalui penyuluhan pada pemilik UMKM.
- Mengadakan pendampingan saat melaksanakan inovasi produk dan kemasan, agar hasil produksi dan kemasan lebih baik, produk tidak mudah rusak.
- Mengadakan pendampingan promosi dengan media digital, membuat media promosi yang lebih menarik.

Manfaat yang diperoleh UMKM:

- Inovasi produk dan kemasan.
Pemilik UMKM lebih mengenal inovasi usaha khususnya produk dan kemasan.
- Promosi digital.
Peningkatan penggunaan media digital sebagai bagian dari promosi usaha, agar lebih dikenal masyarakat di era milenial.

Dampak Ekonomi dan Sosial

Dengan melakukan inovasi produk dan kemasan, pelaku usaha dapat memahami dan mengembangkan cara meningkatkan kualitas produk. Tatanan sosial masyarakat di era pandemi yang mayoritas berbelanja secara online, sehingga dibutuhkan promosi melalui media digital. Dengan demikian ekonomi masyarakat dapat semakin kuat dan meningkat.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dapat meningkatkan produktivitas pelaku UMKM dalam hal inovasi dan promosi. Inovasi kemasan diharapkan akan mampu meningkatkan kualitas dan produk tidak mudah rusak. Peningkatan kegiatan promosi melalui media digital diharapkan mampu memperluas target pasar dan meningkatkan penjualan, sehingga tercapai penguatan ekonomi melalui pemberdayaan UMKM. Kami juga mengucapkan terimakasih pada pemilik UMKM desa Kembaran yang memberikan kesempatan untuk berbagi, sehingga kegiatan ini memberikan manfaat untuk sesama.



DAFTAR PUSTAKA

- Maghfiroh, dkk. 2021. Kemandirian Ekonomi Masyarakat Desa Berbasis Pemanfaatan Aset Produktif di Kabupaten Mojokerto. <http://cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala> Volume 15 Nomor 2 Desember 2021
- Soetomo, 2011, Pemberdayaan Masyarakat Mungkinkah Muncul Antitesisnya, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Suwandi, E. 2021. Mengembangkan Kemandirian Ekonomi Keluarga Pelatihan Menyusun Laporan Keuangan bagi Pelaku UMKM pada Komunitas Pengusaha Muda Yogyakarta. *Journal of Community Service and Empowerment*. Vol 2 No 1 (2021)