

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN KUBE BUARAN JAYA DESA PABUARAN KECAMATAN PURWOKERTO UTARA KABUPATEN BANYUMAS

Ratna Pujiastuti¹⁾, Harsuti²⁾, Heru Cahyo³⁾ Amin Budiastuti⁴⁾

¹⁾, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto
Jl. Raya Beji Karangsalam No.25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152
email : ratnapujiastuti222@gmail.com

²⁾ Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Wijayakusuma Purwokerto
Jl. Raya Beji Karangsalam No.25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152
email : harsuti234@gmail.com

³⁾ Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto
Jl. Raya Beji Karangsalam No.25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152
email : herucahyofeb@gmail.com

⁴⁾ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satria Purwokerto
Jl. Sejahtera 2 No.45, Mersi, Berkoh, Kec. Purwokerto Tim., Kabupaten Banyumas,
Jawa Tengah 53141
email : budiastutiamin@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami dampak dari adanya pandemi Covid-19. Penurunnya daya beli konsumen menjadi suatu tantangan pelaku UMKM dalam menjalankan produksi usahanya. Salah satu peluang pelaku UMKM untuk bertahan di masa pandemi saat ini adalah dengan cara memaksimalkan penjualan *Online*. Tetapi tidak sedikit para pelaku UMKM yang masih belum paham dengan penjualan *Online* ini. Maka dari itu, perlunya pemberdayaan masyarakat pelaku UMKM dalam mencoba pasar *Online* atau pilihan lain dengan memberdayakan pelaku UMKM dalam membranding produk unggulan. Dengan menggunakan dan mengelola media digital yang tepat, diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat mengenai produk. Media digital yang bisa digunakan antara lain Instagram, Facebook, WhatsApp, Youtube, GrabFood/Go-Food atau platform lainnya. Para pelaku usaha juga bisa melakukan brand awareness dengan secara offline yaitu bisa mengembangkan inovasi yang belum ada seperti promosi dengan membagikan brosur, membuat daftar menu yang menarik atau membuat pricetag. Metode pendekatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat kali ini adalah dalam bentuk pendampingan terhadap pelaku usaha tentang pengembangan inovasi usaha UMKM yang dimana para anggota turun langsung ke lapangan. Kegiatan pendampingan UMKM ini dilaksanakan di lokasi KUBE Buaran Jaya. Proses kegiatan Pendampingan UMKM berupa wawancara dengan pemilik usaha untuk mengetahui situasi kondisi usahanya saat ini, serta para anggota juga memberikan alat kesehatan berupa masker, handsanitizer, dan sarung tangan plastik kepada pengelola usaha sebagai bentuk perhatian untuk selalu menjaga protokol kesehatan saat berinteraksi dengan pelanggan.

Kata kunci :Pengembangan Inovasi UMKM, Media Sosial, Media Digital, *Branding*

Abstract

Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) are experiencing the impact of the Covid-19 pandemic. The decline in consumer purchasing power is a challenge for SMEs in carrying out their business production. One of the opportunities for MSME actors to survive in the current pandemic is by maximizing online sales. But not a few MSME actors who still do not understand to use online sales. Therefore, it is necessary to empower the community of MSME actors in trying online markets or other options by empowering MSME actors in branding superior products. By using and managing the right digital media, it is hoped that business actors can increase public interest in products. Digital media that

can be used include Instagram, Facebook, WhatsApp, Youtube, GrabFood/Go-Food or other platforms. Business actors can also carry out brand awareness offline, that is, they can develop innovations that do not yet exist, such as promotions by distributing brochures, creating attractive menu lists or creating price tags. The approach method used in community service this time is in the form of mentoring business actors regarding the development of MSME business innovations where members go directly to the field. This MSME assistance activity was carried out at KUBE Buaran Jaya. The process of SME Mentoring activities is in the form of interviews with business owners to find out the current situation of their business conditions and members also provide medical equipment in the form of masks, hand sanitizer, and plastic gloves to business managers as a form of attention to always maintain health protocols when interacting with customers.

Keywords : MSME Innovation Development, social media, digital media, branding

PENDAHULUAN

Isu ekonomi merupakan permasalahan yang tidak luput dari pembicaraan pemerintah. Dalam Rencana Strategis (Ren-Stra) yang digagas Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2015- 2019 dijelaskan bahwa pemberdayaan Koperasi dan UMKM merupakan amanat UU salah satunya adalah UU. No. 20 tahun 2008 mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah, bahwa pemberdayaan UMKM merupakan integrasi dari pembangunan perekonomian nasional yang diharapkan mampu untuk meningkatkan dan melaksanakan pemerataan pendapatan serta menciptakan lapangan pekerjaan. Menurut Supriyanto (2006:1) UMKM mampu menjadi solusi penanggulangan kemiskinan di Indonesia. Pengembangan UMKM dengan baik mampu memberikan kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, yaitu lebih dari 99,45% tenaga kerja dan diharapkan dapat mampu menanggulangi kemiskinan. UMKM juga memiliki kontribusi penting dalam pembangunan nasional. Menurut peneliti Saputro, et al. (2010:140-145) melihat bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia telah banyak memberikan berkontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) nasional sebesar 55.56% berdasarkan data Biro Perencanaan Kementerian Negara Koperasi dan UKM Republik Indonesia, pada tahun 2008.

Keberadaan Usaha Mikro kecil menengah (UMKM) berdasarkan UndangUndang No. 20 tahun 2008 merupakan unit usaha ekonomi produktif yang dimiliki seseorang. UMKM mampu bertahan hidup di tengah krisis ekonomi tahun 1998, di mana banyak bisnis besar yang tumbang. Semester pertama tahun 2020 kondisi perekonomian kembali menghadapi situasi sulit karena adanya wabah virus corona COVID 19 yang sangat berdampak sekali pada UMKM dimana bila pada tahun 1998 pada saat krisis ekonomi UMKM mampu bertahan tetapi pada saat ini UMKM sangat merasakan dampak dari wabah virus ini. Kondisi krisis ekonomi tahun 1998 menunjukkan bahwa UMKM mampu menggerakkan perekonomian di Indonesia akan tetapi sangat disayangkan banyak UMKM yang kurang mampu berkembang karena berbagai kendala yang dihadapi. Kalau pada thn 1998 ditengah krisis dan kendala yang dihadapi meski UMKM harus dengan tertatih menjalankan bisnisnya akan tetapi masih mampu untuk bertahan sedangkan pada kondisi Covid ini tidak sedikit UMKM yang harus berhenti usahanya karena dampak dari wabah ini

Peran penting UMKM dalam kehidupan masyarakat adalah sebagai tempat penyedia lapangan pekerjaan dan tempat untuk mengembangkan potensi atau keterampilan yang mereka miliki. Dengan keberadaan UMKM, diharapkan untuk bisa terus berperan secara optimal dalam upaya menanggulangi pengangguran yang jumlahnya cenderung meningkat setiap tahunnya. Namun dengan kondisi saat ini, hampir seluruh UMKM di Indonesia terkena dampak pandemi Covid-19. Padahal UMKM merupakan salah satu barometer perekonomian nasional yang artinya dapat meningkatkan perkenomian di Indonesia ini. Untuk itu UMKM perlu adanya dukungan dan dorongan dari pemerintah khususnya agar para pelaku UMKM dapat bertahan di kondisi sekarang ini.

Pandemi covid-19 yang diidentifikasi sejak tanggal 2 Maret 2020 memberikan dampak yang signifikan pada seluruh sektor perekonomian, tak terkecuali bisnis UMKM. Seperti

diketahui Covid -19 menyerang saluran pernafasan yang disebabkan oleh semacam virus dan sangat mudah menular melalui droplet. Berbagai jenis usaha mengalami tekanan yang cukup kuat, meskipun masih terdapat sebagian kelompok usaha yang dapat mengambil peluang dan manfaat dari pandemi ini. Salah satu kelompok usaha yang paling terdampak dari Covid-19 adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan hasil survei dampak pandemi covid-19 yang dilakukan oleh LIPI, sebanyak 94,69% dari total UMKM mengalami penurunan penjualan, dimana penurunan lebih dari 75% dialami oleh 49,01% usaha ultra-mikro. Lalu, 43,3% usaha mikro, 40% usaha kecil, dan 45,83% usaha menengah.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang sangat besar dan krusial bagi perekonomian secara makro. Kementerian Koperasi dan UKM RI melaporkan bahwa secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (62.9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia (2017), sementara usaha besar hanya sebanyak 0,01% atau sekitar 5400 unit. Usaha Mikro menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%), Usaha Kecil 5,7 juta (4,74%), dan Usaha Menengah 3,73 juta (3,11%); sementara Usaha Besar menyerap sekitar 3,58 juta jiwa. Artinya secara gabungan UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, sementara Usaha Besar hanya menyerap sekitar 3% dari total tenaga kerja nasional

Motivasi adalah dorongan psikologis yang mendorong seseorang melakukan sesuatu demi mencapai tujuan tertentu. Setiap orang memiliki tingkatan motivasi yang berbeda. Sedangkan menurut David Clarence McClelland (1917-1998) sendiri dalam bukunya "The Achievement Society", ada tiga jenis motivasi, yaitu motivasi untuk berprestasi, motivasi untuk berkuasa dan motivasi untuk berafiliasi atau bersahabat.

Keberadaan motivasi dalam diri seseorang sangat penting, apalagi bagi karyawan. Kekuatan dan kemauan untuk melakukan sesuatu seperti bekerja biasanya dapat muncul sendiri saat seseorang sedang memiliki kebutuhan. Sebisanya mungkin orang tersebut akan mengupayakan berbagai hal agar dapat memenuhi keinginannya. Apabila motivasinya kuat, ia akan tetap berusaha dan tidak putus asa saat mengalami kegagalan. Motivasi juga bisa disebut alasan, yang terbentuk dari dua sumber, yaitu diri sendiri dan lingkungan atau faktor internal dan faktor eksternal. Di antara keduanya, motivasi terkuat adalah yang berasal dari diri sendiri. Kemauan untuk melakukan sesuatu bukan hanya berdasar pada faktor eksternal seperti imbalan atau pujian, melainkan muncul karena seseorang benar-benar ingin melakukan suatu tindakan. Tanpa adanya dorongan dari luar sekalipun, ia akan tetap terus berusaha demi mencapai tujuan yang diinginkan.

Di masa pandemi saat ini baik di usaha Mikro maupun makro (UMKM) tidak terlepas dari dampak adanya pandemi Covid-19. Banyaknya masyarakat yang kehilangan sumber penghasilan di masa pandemi ini. Maka UMKM diharapkan mampu bertahan di masa pandemi saat ini dan dituntut harus mempunyai kreatifitas dan inovasi. Dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang sudah berjalan lebih dari satu tahun ini pelaku UMKM disemua sektor terkena dampaknya. Namun ditengah adanya kendala tersebut, dengan memberikan pelatihan motivasi untuk membangkitkan semangat dan optimisme, agar mampu meningkatkan pendapatan pelaku UMKM ditengah pandemi Covid-19 saat ini

KUBE Buaran Jaya dibentuk kurang lebih 6 bulan sebelum covid dari kegiatan ibu-ibu PKK. KUBE Buaran Jaya terdiri dari 10 orang dengan ketua Rini Riyani. Secara organisasi lengkap ada ketua, sekretaris dan bendahara. Terdapat laporan keuangan karena harus laporan pertanggungjawaban ke pemerintah kegiatannya. KUBE Buaran Jaya sudah memiliki IP-RT dan cap. KUBE Buaran Jaya mampu bertahan 2 tahun karena masih selalu di pantau dari pemerintah melalui dinas sosial setempat.

Kube sendiri adalah merupakan kelompok keluarga miskin yang dibentuk, tumbuh dan berkembang atas prakarsanya dalam melaksanakan Usaha Ekonomi Produktif (UEP) untuk meningkatkan dan mensejahterakan sosial keluarga. UEP adalah bantuan social yang diberikan kepada kelompok usaha bersama (kube) untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan social keluarga. KUBE terdiri dari 5-20 KK dari masyarakat miskin yang masuk dalam Data Terpadu Penanganan Fakir Miskin dan Orang Tidak Mampu (DTPFMOTM)

METODE

Tahap Survey, Lokasi Tujuan kegiatan ini untuk mengetahui jumlah anggota yang menjadi anggota di KUBE Buaran Jaya untuk memungkinkan menjadi peserta kegiatan untuk melakukan pendampingan UMKM yang dilaksanakan di KUBE Buaran Jaya. Selain itu dilakukan kontrak waktu dengan pihak atau yang mempunyai toko tersebut untuk menentukan tanggal pelaksanaan kegiatan dengan protokol kesehatan, serta menjelaskan program kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan.

Tahap Pendampingan, Kegiatan ini dilakukan di KUBE Buaran Jaya dengan membantu dalam proses pembuatan laporan keuangan untuk kemudian diikuti oleh anggota yang hadir. Dalam kegiatan pendampingan kami juga merancang template laporan keuangan untuk memudahkan para anggota KUBE dalam membuat laporan keuangan. Kita selama proses kegiatan di KUBE Buaran Jaya selalu menerapkan protokol kesehatan, memberi tahu ke semua anggota untuk selalu memakai masker. Dengan melakukan hal tersebut kita memberikan sarung tangan plastik, handsanitizer, dan masker.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk membangkitkan kembali semangat atau motivasi para peserta setelah badai pandemic covid -19. Harus diakui pandemic yang dimulai sejak Maret 2020 membuat masyarakat putus asa. Semua kegiatan perekonomian mengalami kelumpuhan, demikian juga KUBE. Banyak peserta yang kehilangan motivasi berusaha.

Kegiatan pendampingan dalam rangka Peningkatan Motivasi dimulai dengan melakukan survey ke Lokasi. Kemudian dilanjutkan kegiatan penyuluhan tentang peningkatan motivasi berusaha dan Digitalisasi UMKM sebagai peningkatan daya saing di masa pandemi. Kegiatan ini mendapat respon yang baik, dibuktikan dengan terdapat banyaknya pertanyaan yang mereka ajukan. Sasarannya adalah para peserta anggota KUBE Buaran Jaya. Salah satu peran ibu rumah tangga dalam sebuah keluarga adalah sebagai pengatur keuangan keluarga (manajer keuangan keluarga). Seorang ibu dituntut agar dapat mengelola keuangan keluarga dengan baik, agar pendapatan yang diterima keluarga dapat digunakan dengan tepat dan optimal. Namun, kenyataannya, berdasarkan hasil diskusi dengan peserta pengabdian, terungkap kenyataannya bahwa para ibu seringkali gagal melakukan pengelolaan keuangan dengan baik. Faktor terbesar yang membuat kegagalan pengelolaan keuangan adalah adanya perilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Program kegiatan pendampingan dan pengembangan inovasi UMKM menjadi pilihan salah satu upaya membantu para pelaku usaha untuk bertahan di masa pandemi covid-19 saat ini. Pendampingan usaha ini memberikan kesempatan para pelaku usaha untuk melakukan pengembangan inovasi dalam usahanya (*branding*). Pendampingan dapat berupa bagaimana melakukan promosi pada pasar media digital atau bagaimana cara membranding suatu produk unggulan agar para pembeli atau konsumen dapat mengenali dan mengingat sebuah merek.

Berdasar hasil dari kegiatan yang sudah dilakukan di KUBE Buaran Jaya disimpulkan bahwa perlunya pendampingan tentang menumbuhkan kembali motivasi usaha akibat adanya pandemi covid 19. Kegiatan ini dilakukan sebanyak 3 tahap. Tahap pertama diawali dengan identifikasi masalah yang ada di Kube Buaran Jaya ini. Adanya pandemi covid 19 membuat lesu UMKM, hal ini dialami juga oleh Kube Buaran Jaya. Permintaan turun yang mengakibatkan turunnya produksi. Tahap kedua keadaan ini tentu saja sangat meresahkan dan diperlukan penyuluhan adanya dorongan untuk tetap semangat berusaha. Disamping itu strategi-strategi untuk merebut pasar ditengah situasi ini juga sangat diperlukan. Tahap ketiga pemberian blender yang berkapasitas besar, dimaksudkan dapat membantu produksi secara optimal dan bisa memotivasi untuk memproduksi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri; Melinda Rismawati; Ursula Dwi Oktaviani; Benediktus Ege. 2018. Manajemen Keuangan Keluarga Untuk Persiapan Pendidikan Anak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa STKIPPERSADA*
- Palamba, Febria Grace Sapan. 2018. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta
- Saputro, dkk. Peta Rencana (ROADMAP) Riset Enterprise Resource Planning (ERP) Dengan Fokus Riset Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMK) Di Indonesia. *Journal of Information Systems*. Vol. 6 No (2) Hal:140- 145.
- Sari, Elsa Cahya; Bambang Ismanto; Dwi Iga Luhsasi. 2019. Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga. *Ejurnal Universitas Kristen Satya Wacana Edisi Oktober 2019*.
- Supriyanto. 2006. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*. Vol. 3 No (1) Hal:1-16.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV Pustaka