

Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Masa Pandemi

Yuliani*¹, Laila Dwi Astuti*²

^{1,2}IAIN Kediri; Jalan Sunan Ampel No 7, Ngronggo, Kota Kediri telp/fax: 0354-689282

³Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri

e-mail: *¹yulianisutopo@gmail.com, ²lailadwiastuti0@gmail.com

Abstrak

Pandemi Covid 19 yang pada awalnya berasal dari Wuhan China dan menyebar dengan sangat cepat ke berbagai belahan negara di penjuru dunia termasuk Indonesia memberikan dampak yang sangat signifikan pada volume penjualan yang diperoleh para pelaku UMKM yang ada di Desa Janti, Kecamatan Papar. Volume penjualan yang menurun disebabkan oleh berbagai sebab misalnya terjadinya penurunan daya beli masyarakat, kebijakan lockdown dan PPKM yang berpengaruh pada mobilitas yang dilakukan oleh masyarakat. Pelaku UMKM yang selama ini masih terpaku pada pola penjualan secara offline, harus segera berbenah diri. Program kemitraan masyarakat ini bertujuan memberikan pengetahuan tentang pengelolaan manajemen usaha, pentingnya inovasi pada proses produksi, serta menggunakan media pemasaran secara online untuk memaksimalkan pemasaran atau penjualan. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini adalah terjadinya peningkatan pengetahuan dan pemahaman para pelaku UMKM mengenai pengelolaan manajemen UMKM, serta penggunaan media sosial (Facebook) dan website desa sebagai media pemasaran. Dengan menggunakan pendekatan yang positif berupa pendekatan partisipasi, reflektif dan inovatif UMKM Klepon diharapkan mampu bersaing dengan jenis usaha-usaha yang lain.

Kata kunci—Pendampingan, Volume Penjualan, UMKM,

1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID – 19 tidak hanya memberikan dampak bagi sector Kesehatan saja, tetapi juga sector perekonomian. Pelaku usaha, baik yang berskala besar (UB) dan berskala kecil (UKM) terkena imbas dari pandemic yang belum juga usai ini. Dampak yang ditimbulkan dari pandemic ini memang tidak selalu buruk. Usaha jasa/produk kesehatan, bisnis digital/e commerce, usaha kebutuhan bahan pokok, jasa antar adalah beberapa jenis bisnis yang mampu meraih omset yang tinggi. Sedangkan sector lain seperti pariwisata, agen perjalanan, hotel dan restoran adalah usaha-usaha yang merasakan dampak yang negative dari terjadinya pandemic ini.

Dalam kondisi yang serba tidak pasti ini, pelaku usaha dituntut untuk bisa beradaptasi dengan cepat. Ada banyak cara yang bisa dilakukan oleh para pelaku usaha, misalnya dengan cara mengoptimalkan manfaat digital marketing untuk mengembangkan usaha yang dimiliki/go digital, menggunakan software yang efisien, tidak takut untuk mengadakan perubahan.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang vital bagi kemajuan perekonomian setiap negara. Di Indonesia, UMKM berperan dalam penyerapan tenaga kerja sehingga mampu mengurangi jumlah pengangguran, dan berkontribusi dalam meningkatkan jumlah Produk Domestik Bruto (PDB).

Tujuan dari kegiatan pendampingan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan tentang manajemen pengelolaan UMKM yang baik dan benar, meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan media pemasaran digital dan penggunaan teknologi tepat guna dalam proses produksi. Pada saat para pelaku UMKM memiliki kemampuan yang baik terkait dengan manajemen usaha, system pemasaran dan system produksi diharapkan para pelaku UMKM dapat survive di tengah pandemi dan juga persaingan usaha yang semakin ketat.

2. METODE

Metode pelaksanaan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode ABCD

(*Asset Based Community Development*). Metode ABCD menjadi panduan tentang hal-hal yang akan dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian. Adapun tahapannya sebagai berikut:

1. Inkulturasi (perkenalan) yakni memberikan surat izin melaksanakan KKN-DR dari kampus kepada kepala desa, RT dan RW, serta kepada pihak yang bersangkutan dalam pelaksanaan KKN-DR dan silaturahmi. Di tahapan ini terjadi proses pengenalan antara pengabdian dan kelompok/komunitas sasaran. Inkulturasi yang berhasil akan mempengaruhi sikap positif yang ditunjukkan oleh kelompok/komunitas sasaran dan berpengaruh pula pada trust kelompok sasaran kepada para pengabdian. Kesuksesan dari tahapan ini akan sangat mempengaruhi proses selanjutnya.
2. Discovery (pengungkapan informasi) dilakukan dengan cara menelaah asset yang pernah dimiliki di masa lampau dan sangat mungkin untuk dikembangkan di masa sekarang. Dengan discovery tersebut akan menimbulkan kepercayaan diri dan rasa bangga terhadap potensi yang sudah mereka miliki. Kepercayaan diri inilah yang akan menjadi pendorong bagi kelompok komunitas/kelompok sasaran untuk mewujudkan mimpi dan tujuan mereka.
3. Design atau membuat program kerja. Adapun program kerja yang dilakukan mengembangkan potensi UMKM yang ada di desa Janti melalui pendampingan manajemen, produksi dan pemasaran. Sedangkan untuk komunitas sasarnya adalah UMKM Klepon yang ada di Desa Janti.
4. Defile ini adalah tahapan pelaksanaan program kerja. Pada tahap defile ini kunci sukses yang harus mereka miliki adalah komitmen kuat untuk bekerja sama antar anggota masyarakat. Tanpa Kerjasama, program kerja/sasaran yang akan dituju tidak akan pernah berhasil.
5. Refleksi adalah monitoring untuk mengetahui sejauh mana keterlaksanaan program ABCD membawa dampak perubahan bagi masyarakat. Pengabdian harus menyampaikan hasil monitoring kepada kelompok sasaran/komunitas agar di masa

mendatang masyarakat mampu mendesain sendiri rencana kerja yang akan mereka lakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

1. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini di mulai dari bulan Juli dan berakhir bulan Agustus 2021 di Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri. Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan kunjungan dan koordinasi dengan Kepala Desa Janti dan melakukan survey ke tempat pelaku UMKM Klepon yang ada di Desa Janti. Dari hasil kegiatan ini tim pengabdian bisa mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Informasi inilah yang selanjutnya menjadi bahan diskusi dengan komunitas sasaran untuk menentukan solusi atas permasalahan yang dihadapi dan langkah kegiatan yang akan dilaksanakan di lapangan.



Gambar 1 : Meminta izin dan koordinasi dengan Kepala desa



Gambar 2. Koordinasi dan memberikan surat izin kepada pemilik UMKM



Gambar 3 : Survey lokasi UMKM

Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan beberapa kegiatan yaitu sebagai berikut:

1. Penyuluhan kepada pelaku UMKM Klepon dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman manajemen UMKM.
2. Memberikan masukan inovasi-inovasi produk usaha yang baru agar menghasilkan kemasan baru yang lebih menarik.

3. Memfasilitasi banner gerobak yang digunakan pelaku UMKM untuk menunjang peningkatan penjualan klepon.
4. Memfasilitasi proses produksi klepon yang higienis dan menarik.
5. Pengembangan media atau sarana pemasaran dengan cara memaksimalkan digital marketing lewat facebook, dan website yang telah dibuatkan tim pengabdian.



Gambar 4: Proses memberikan inovasi kemasan baru



Gambar 5: Penyerahan banner untuk memfasilitasi gerobak

Hasil analisis dari kegiatan yang sudah dilakukan, diperoleh bahwa:

1. Motivasi mitra (pelaku UMKM) sangat tinggi, hal ini dibuktikan dengan antusiasme pemilik UMKM yang berkenan untuk bercerita dan menjelaskan perihal usaha yang sudah digeluti sejak tahun 1996.
2. Memberikan inovasi dengan memfasilitasi banner untuk gerobak pelaku UMKM agar bisa menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan

3. Pembuatan media atau sarana pemasaran dengan cara memaksimalkan digital marketing lewat facebook, dan website agar UMKM Klepon yang ada di Desa Janti lebih terkenal di masyarakat dan memiliki jangkauan pasar yang semakin luas.

Tahap Evaluasi

Evaluasi keberlangsungan kegiatan dalam meningkatkan inovasi dan pengembangan UMKM Klepon dari segi pemasaran dan produksi dilakukan dengan cara monitoring. Monitoring secara bertahap dengan melihat perkembangan gerobak yang difasilitasi dengan banner dan tempelan isi menu jualan.



Gambar 6: Desain gerobak pelaku UMKM sebelum diadakan pendampingan



Gambar 7: Desain gerobak setelah dilakukan program pendampingan

Kriteria keberhasilan kegiatan ini dapat diukur dengan tercapainya 4 (empat) kriteria yang menjadi target capaian kegiatan, yaitu: tingkat

pemahaman, tingkat keterampilan dan keberlanjutan.

4. KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Kegiatan pelatihan, penyuluhan dan pendampingan kepada pelaku UMKM Klepon di Desa Janti telah dilaksanakan dalam upaya untuk mengembangkan pemahaman manajemen pelaku UMKM, mampu beradaptasi dengan pemasaran yang memanfaatkan media sosial (Facebook) dan aplikasi (Website Desa). UMKM klepon di Desa Janti ini merupakan usaha yang bisa diandalkan terutama saat pandemi Covid-19 karena ketersediaan bahan dasar klepon yang mudah dicari dan cukup banyak sehingga mampu menopang perekonomian pelaku UMKM Klepon. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan pendekatan yang positif untuk menumbuhkan motivasi serta optimisme agar bisa bertahan dan mampu bersaing dengan jenis usaha-usaha yang lain.

5. SARAN

Kegiatan pengabdian di masa yang akan datang sangat diperlukan sebagai bentuk sinergitas antara perguruan tinggi dengan masyarakat. Topik yang dipilih untuk dijadikan bahan pengabdian harus disesuaikan dengan kebutuhan riil dari masyarakat tujuan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada diri saya yang sudah semangat dalam menjalankan semua tugas. Apresiasi yang sebesar besarnya saya berikan kepada Rektor IAIN Kediri dan Ketua LP2M IAIN Kediri. Apresiasi terdalam juga kami sampaikan kepada seluruh masyarakat Dusun Janti yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini. Semoga sehat selalu.

DAFTAR PUSTAKA

Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 terhadap perlambatan ekonomi sektor

umkm. *Jurnal Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(6).

Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Usaha Kecil, Menengah berbasis Industri Kreatif melalui ICT. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1).

Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1). <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>

Encep Saefullah, Arta Rusidarma Putra, & Tabroni (2021). INOVASI DAN PENGEMBANGAN UMKM EMPING MELINJO PADA MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN OPTIMALISASI MEDIA PEMASARAN DAN ALAT PRODUKSI. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.

<http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/reswara/article/view/1111>