
Pengembangan Bisnis UMKM di Desa Sukagalih Kab. Sumedang Jawa Barat

UMKM Business Development in Sukagalih Village, Sumedang West Java

Sheila Zallesa¹⁾, Wahyuniar Pamungkas¹⁾

* Korespondensi Penulis:

Sheila Zallesa

E-mail: sheila.zallesa@unpad.ac.id

¹⁾ Departemen Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Padjadjaran

Submitted Jan 4, 2022.

Revised Jan 14, 2022.

Accepted Jan 21, 2022.

Abstract

The COVID-19 pandemic is a fairly serious problem in the economic sector, both in terms of micro-economics and macro-economics. One of the government's efforts in restoring the economic sector is by encouraging MSMEs because it is felt that MSMEs are more able to survive during this pandemic. However, there are several obstacles faced by MSME actors themselves, such as MSME actors in Sukagalih Village, Kab. Sumedang, West Java. Problems faced by MSME actors include the financial bookkeeping system that is still not tidy so that the cash flow of income, expenses and other costs is not well documented. In addition, MSME actors still do not understand in using the e-commerce market so that product marketing is still limited to the surrounding environment. The results of field service activities are providing assistance and counseling to MSME actors in terms of financial bookkeeping, training on the use of e-commerce and product repacking to make it look more attractive and sell to consumers.

Keywords: *UMKM, pandemic, e-commerce, business, Sumedang*

Abstrak

Pandemi Covid-19 merupakan permasalahan yang cukup serius dalam sektor ekonomi baik itu dalam segi ekonomi mikro maupun ekonomi makro. Salah satu upaya pemerintah dalam pemulihan kembali sektor ekonomi yaitu dengan cara mendorong UMKM karena dirasa UMKM lebih bisa bertahan di masa pandemi ini. Namun terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM sendiri seperti para pelaku UMKM di desa Sukagalih Kab. Sumedang Jawa Barat. Permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM diantaranya sistem pembukuan keuangan yang masih belum rapi sehingga *cash flow* pemasukan, pengeluaran dan biaya lainnya tidak terdokumentasi dengan baik. Selain itu masih belum paham nya para pelaku UMKM dalam menggunakan market *e-commerce* sehingga pemasaran produk masih terbatas di lingkungan sekitar saja. Adapun hasil kegiatan pengabdian dilapangan adalah melakukan pendampingan dan penyuluhan kepada para pelaku UMKM dalam hal pembukuan keuangan, pelatihan penggunaan *e-commerce dan repackging* produk agar terlihat lebih menarik dan menjual kepada para konsumen.

Kata Kunci: *UMKM, Pandemi, e-commerce, bisnis, Sumedang*

Pendahuluan

Desa Sukagalih berada di Kecamatan Sumedang Selatan, Kabupaten Sumedang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kab. Sumedang 2014 Desa Sukagalih memiliki status sebagai perkotaan dengan klasifikasi desa swadaya lanjut. Mata pencaharian rata-rata penduduk Desa Sukagalih adalah sektor pertanian. Selain itu, penduduk Desa Sukagalih juga memiliki mata pencaharian pada bidang perdagangan, jasa, PNS, swasta, dan lain sebagainya.

Sektor perdagangan, mayoritas masyarakat Desa Sukagalih memiliki UMKM makanan ringan olahan seperti Comring, Comet, Kerupuk Tampusu, serta Cireng yang berbahan baku tepung kanji dan singkong. Kegiatan usaha makanan ringan olahan seperti ini merupakan usaha turun temurun keluarga yang sudah melekat bagi masyarakat.

Hasil produk olahan masyarakat ini distribusikan oleh masyarakat langsung ke pasar dan grosir-grosir makanan, selain suplay produk ke tangan kedua masyarakat pun menjualnya secara eceran di rumah masing-masing. Namun seiring dengan adanya pandemi Covid-19 terjadi penurunan yang sangat signifikan untuk usaha olahan makanan ringan masyarakat tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya kurangnya permintaan pasar karena daya beli masyarakat semenjak pandemi menurun drastis, kemudian naiknya harga bahan baku produksi.

Krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 telah berdampak terhadap kelangsungan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). Selama masa pandemi terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari *offline* ke *online*. Pelaku UMKM pasti kesulitan dalam mencapai target-target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu. Perubahan pola tersebut, seyogyanya diikuti pelaku UMKM agar dapat *survive*, serta bisa berkembang sehingga mampu menghadapi kondisi *new normal*. Namun yang terjadi dilapangan khususnya di Desa Sukagalih masih banyak masyarakat pelaku UMKM yang belum terdigitalisasi atau masih rendahnya pengetahuan dan skill dalam memasarkan produk hasil UKM nya di pasar digital. Berdasarkan penelitian Laura, 2020 menyebutkan bahwa UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis. Dengan demikian, perlunya kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan memberikan informasi terkait pengembangan bisnis UMKM di Desa Sukagalih.

Materi dan Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode pendekatan persuasif. Metode persuasif merupakan metode pendekatan yang bertujuan untuk mengajak individu ataupun

khalayak luas dalam hal ini adalah masyarakat terutama para pelaku UMKM di desa Sukagalih Kab. Sumedang.

Kegiatan teknis dilapangan dengan melaksanakan kegiatan penyuluhan dan pendampingan kepada UMKM yang menjadi binaan dalam hal pendampingan pelatihan penggunaan e-commerce, pengajuan izin PIRT, pembukuan keuangan perusahaan, dan pengemasan produk. Kegiatan pendampingan penyampaian materi dilakukan dengan presentasi materi dari referensi terkait. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 4 November 2021 hingga 7 Desember 2021. Pendampingan dilakukan secara bertahap dari minggu pertama kegiatan hingga minggu terakhir dengan materi-materi yang berbeda.

Tabel 1. Materi Pengabdian

Materi	Waktu
Penyampaian manajemen pembukuan keuangan	Minggu ke -1
Penyampaian materi kemasan produk yang menarik	Minggu ke- 2
Penyampaian materi pemasaran lewat social media	Minggu ke- 3
Penyampaian materi pemasaran lewat e-commerce	Minggu ke- 4

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan observasi lapangan hampir semua UMKM mengalami penurunan omset selama pandemi ini. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Salah satu kendala yang dihadapi adalah kesulitan dalam memperoleh bahan baku karena terjadi kendala transportasi pada saat pembatasan skala sosial dalam rangka memutus rantai penularan Covid-19, serta mulai turunnya kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ada di luar terutama bidang kuliner. Menurunnya penjualan dan kepercayaan konsumen juga sangat berpengaruh terhadap bisnis UMKM, untuk itu pelaku usaha perlu membangun kepercayaan dan hubungan baik dengan konsumen atau *relationship marketing* (Laura, 2020). Relationship marketing

merupakan orientasi bisnis yang terfokus pada menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada dan membangun hubungan yang erat dan saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen hingga menciptakan transaksi ulang hingga terbentuk loyalitas konsumen (Kotler et.al, 2012).

Kendala lain yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Desa Sukagalih adalah kurangnya inovasi dalam segi pemasaran dan pengembangan produk, sehingga skala pemasarannya hanya di lingkungan sekitarnya saja. Maka dari itu dirasa sangat diperlukan untuk melakukan inovasi-inovasi yang bisa mendongkrak produk UMKM nya baik itu dalam hal pengembangan produk maupun dalam hal pemasarannya.

Setelah adanya kegiatan pendampingan UMKM terdapat beberapa kemajuan diantaranya adalah terdaftar nya ijin PIRT UKM binaan dan label halal, pembukuan *cash flow* keuangan UMKM lebih terstruktur dan terlihat antara biaya modal dan keuntungan. Berdasarkan Alfian (2020) menyebutkan bahwa diperlukan strategi yang tepat untuk UMKM untuk dapat bertahan di masa pandemi ini. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah membuat pembukuan perusahaan yang rapi sehingga seluruh transaksi keuangan, baik pemasukan, pengeluaran, dan transaksi lainnya harus terdokumentasi dengan baik (Alfian, 2020).

Selain itu dalam *packaging* produk UKM mengalami perubahan dimana di dalam kemasan disertai dengan label halal dan no PIRT. Tujuan merubah *packaging* produk ini adalah supaya nilai jual dan harga produk bertambah dengan menangkap ketertarikan konsumen dari *packaging* yang unik dan menarik.

Pandemi Covid-19 ini merubah pola belanja masyarakat dari *offline* ke *online*. Laura (2020), menyebutkan bahwa salah satu cara untuk tetap menjalankan usaha dan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah memperluas jaringan dengan memanfaatkan penjualan *e-commerce*. Melihat pada saat ini perilaku belanja masyarakat lebih dominan untuk berbelanja *online* di bandingkan harus datang langsung ke toko atau pasar. Masyarakat menilai system belanja *online* dirasa lebih mudah dengan berbagai system metode pembayaran, masyarakat hanya tinggal memilih barang yang akan di beli kemudian memilih metode pembayaran yang akan dilakukan baik itu dengan cara transfer maupun

dengan COD (*Cash on Delivery*) setelah itu konsumen hanya tinggal menunggu barang pesanan saja di rumah.

Menurut Alfarian (2020) menyebutkan bahwa ada 5 strategi UMKM untuk bertahan yaitu:

1. Mempelajari tentang digital marketing seperti membuat media promosi melalui media social.
2. Memperkuat Sumber daya manusia dengan cara menanamkan pembelajaramengenai era globalisasi dan teknologi.
3. Inovasi kreatif untuk membuat konsumen tertarik membeli suatu produk pada masa pandemic.
4. Meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan lebih detail dan menjamin kebersihan dan keamanan produk.

Kebijakan pemerintah terhadap UMKM/bantuan dari pemerintah seperti memberikan bantuan sosial atau bantuan dana agar UMKM tetap berjalan

Kesimpulan

Pandemi Covid-19 memang menjadi permasalahan yang cukup serius di sektor ekonomi, khususnya bagi para pelaku UMKM di Desa Sukagalih Kab. Sumedang. Keterbatasan pemasaran dan inovasi produk menjadi kendala dalam pengembangan bisnis UMKM di Desa Sukagalih. Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh para UKM mulai tercairkan. Beberapa kegiatan pendampingan dan penyuluhan dilakukan baik itu dalam segi inovasi produk, perijinan PIRT, dokumentasi *cash flow* keuangan dan *repackaging* produk telah dilakukan. Dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan kegiatan UMKM di Desa Sukagalih kab. Sumedang ini mengalami kemajuan dan peningkatan dalam hal pemasaran dan penjualan produk sehingga omset para pelaku UMKM pun meningkat.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kepada Universitas Padjadjaran, Kemendikbudristek, pusat incubator bisnis Unpad OOrange, BAPPEDA dan Dinas UMKM kab. Sumedang yang telah mensupport kegiatan pengabdian ini. Dan juga para pihak terkait baik itu pihak pemerintah daerah dan masyarakat yang telah berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat Universitas Padjadjaran tahun 2021.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumedang . 2014. Katalog BPS. Sumedang Dalam Angka 2014. Perjuangan Membangkitkan UMKM Lokal Dikala Pandemi. Diakses pada : <https://drpm.umsida.ac.id/perjuangan-membangkitkan-umkm-lokal-dikala-pandemi/>.
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020, November). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 6, No. 2, pp. 139-146).
- Agustriyana, D., Ramadhan, N., Oktavien, S., & Sofyandi, R. H. (2021). BERTAHAN USAHA PADA UMKM DI TENGAH PANDEMIC COVID-19. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2), 93-99.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*(15th ed.). Pearson Education Limited.
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Rijal, S., Ahmad, M. I. S., Arisah, N., Nurdiana, N., & Hasan, M. (2021, July). Kajian Peluang dan Tantangan UMKM: Sanggupkah Sektor Kuliner Bertahan di Masa Pandemi COVID-19?. In *Seminar Nasional Teknologi Pendidikan* (Vol. 1, No. 1, pp. 115-125).
- Santoso, R. (2020). Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic Covid19 In Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 5(2), 36-48.
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Huda, N., Haryanti, S. C., & Rini, N. (2021). PELATIHAN ENTREPRENEURSHIP MOTIVATION DALAM MEMBANGUN MENTAL ENTREPRENEURSHIP BAGI UMKM DI MASA PANDEMI COVID 19. *DEVOSI*, 2(2), 12-16.