at-tamkin
Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
http://ejournal.uniramalang.ac.id/attamkin/

Volume 5 No. 1 Juni 2022

PEMBINAAN KAPASITAS MANAJEMEN "UMKM GO DIGITAL" DI KABUPATEN BOGOR

Alnisa Min Fadlillah [a], Ardhiani Fadila[b], Renny Husniati[c]

[A,b,c] Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Jakarta Selatan, Indonesia

Info Artikel

Diterima: Oktober 2021
Disetujui: Februari 2022
Dipublikasikan: Juni 2022

Kata Kunci:

UMKM, Go Digital, Kapasitas Manajemen

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM Pribumi di Kabupaten Bogor agar dapat meningkatkan kapasitas manajemen usahanya dengan Go Digital menyesuaikan perkembangan teknologi saat ini. Tim pengabdi mengadakan pembinaan (pelatihan dan pendampingan) kepada para pelaku UMKM secara digitaliasi. Materi yang kami berikan berupa materi terkait manajemen pemasaran (rebranding produk, digital marketing), Blue Ocean Strategy, Kanvas Strategi, dan manajemen keuangan (financial techonology). Kegiatan secara sekeluruhan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM UMKM dalam menjalankan bisnis secara berkelanjutan.

© 2022 LPPM Unira Malang

Alamat korespondensi:
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
e-mail: alnisaminfadlillah@upnvj.ac.id

p-ISSN: 2621-2765
e-ISSN: 2621-3532

Pendahuluan

Pandemi yang disebabkan oleh *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19) berdampak pada berkurangnya kegiatan bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) serta memaksa masyarakat untuk tetap tinggal di rumah, hal ini mengakibatkan UMKM harus memutar otak guna menemukan cara untuk mempertahankan bisnis mereka demi kelangsung hidup selama Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang diberlakukan untuk mencegah penyebaran virus. Statistik menunjukkan sekitar 75% usaha bisnis tanpa rencana secara berkelanjutan akan gagal dalam waktu tiga tahun setelah bencana atau krisis melanda (Cook, 2015). Tercatat 56% UMKM yang mengalami penurunan pendapatan dari total 64 juta UMKM di seluruh Indonesia yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. Selama pandemi COVID-19, teknologi berperan penting dalam menjaga kegiatan masyarakat agar tetap berfungsi pada saat PSBB (Komalasari, 2020).

UMKM dituntut untuk dapat "*Go Digital"* hal ini merupakan salah satu kunci penting untuk membuat UMKM dapat bertahan serta dapat memperluas skala bisnis dan pasar mereka. Namun hingga kini dari kurang lebih 64 juta populasi UMKM di Indonesia, hanya sekitar 13 persen yang telah *go digital* (Komalasari, 2020).

Penerapan langkah-langkah untuk melakukan *social distancing* selama pandemi merubah perilaku pelanggan. Hal ini sangat mendukung tren *e-commerce*, dimana pelanggan memenuhi kebutuhan sehari-harinya melalui saluran online yang menuntut UMKM untuk memanfaatkan platform digital guna menjangkau pelanggan untuk mendapatkan pendapatan. Mereka mengambil harapan akan pemahaman terhadap internet yang telah memperluas pasar dan menciptakan banyak kemungkinan dapat terlibat langsung dengan pelanggan. Saluran bisnis secara virtual membuka kesempatan, sekaligus mempermudah pelanggan mencari produk serta menghidupkan kembali harapan para pelaku UMKM membuat model bisnis baru yang mampu bertahan dan berkembang walaupun Covid-19 sedang melanda.

Tim pengabdi berniat melakukan pembinaan pada Komunitas UMKM Pribumi Bogor dimana beberapa diantara mereka sempat berhenti berproduksi selama 2 bulan karena Covid 19. Permasalahan utama yang ditemukan pada Komunitas UMKM Pribumi Bogor saat ini dapat dikategorikan kedalam 2 masalah besar yaitu, terkait masalah finansial dan non finansial. Masalah finansial berupa kurangnya permodalan, sulit mendapatkan akses ke sumber dana serta tingginya bunga kredit. Sedangkan masalah non finansial, berupa masalah organisasi manajemen yaitu kurang teknologi dalam proses produksi, kurang pengetahuan SDM terkait mengembangan merek, kurangnya strategi dalam memenangkan persaingan usaha,

kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan *platform e-commerce*.

Dalam rangka meningkatkan kapasitas manajemen usaha agar dapat *Go Digital* menyesuaikan perkembangan kebutuhan saat ini, Tim pengabdi mengadakan pembinaan dan penyuluhan pada Komunitas UMKM Pribumi Bogor guna membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menjalankan bisnis secara berkelanjutan, memiliki keunggulan bersaing, melakukan perluasan pemasaran dengan digitalisasi menggunakan *platform* jual beli online, sampai memberikan pemahaman terkait pencatatan keuangan terkait kegiatan usaha serta fitur-fitur layanan pembayaran transaksi dengan *digital payment.*

Dengan dilakukannya Program Kemitraan Masyarakat (PKM), tim pengabdi berharap dapat membantu pelaku UMKM Pribumi Bogor menavigasi usahanya yang terkena dampak Covid 19 dan berbagai cara agar dapat berhasil mempertahankan bisnis saat pandemi ini. Harapan tim penyelenggara mengenai kegiatan ini dapat di laksanakan secara berkelanjutan pada para pelaku UMKM lainnya.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan di Kantor Kecamatan Ciomas, Bogor. Acara ini dilakukan pukul 09.00-16.00 WIB dan dihadiri oleh 20 orang peserta dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Berikut tahapan pelaksanaan kegiatan, pertama tahap awal melakukan survey dan membuat perizinan, survey pendahuluan dilakukan guna mengetahui kendala yang dihadapi serta menyamakan persepsi setelah itu mempersiapakn materi pembinaan yang akan diberikan. Tim bertemu dengan Bapak Khasan Al Quzaeri selaku Ketua UMKM Ciomas di Kabupaten Bogor unttuk berdiskusi dan mendata apa permasalahan dihadapi. Setelah adanya kesepakatan dari pihak mitra barulah tim merancang untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini.

Kedua, Membuat konsep pembinaan dan pelatihan berdasarkan hasil pengamatan sesuai kebutuhan peserta UMKM. Ketiga, Merencakan kegiatan pelatihan dengan Narasumber dari bidang Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Manajemen Pemasaran yang merupakan Tim dari Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Keempat, Mengevaluasi capaian atas kegiatan PKM yang telah dilakukan, membuat laporan hasil pelaksanaan program pengabdian masyarakat pada mitra, kemudian mempublikasikan laporan tersebut agar bermanfaat bagi Para pelaku UMKM serta masyarakat pada umumnya.

Kegiatan PKM memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dengan beberapa aktivitas pembinaan, meliputi (1) Ceramah, Metode ini adalah metode pertama yang akan dipilih untuk menyampaikan konsep

mengenai rebranding produk dan digital marketing, financial teknologi, dan Blue ocean strategy (2) Diskusi Kelompok : Metode ini adalah metode kedua yang dipilih setelah ceramah, dimana perserta di bagi kedalam kelompok kecil yang didampingi oleh fasilitator agar mereka dapat lebih memahami materi yang diajarkan. Setiap kelompok akan diberikan tugas untuk mengakses situs jual-beli secara *online*, memasarkan produk di dunia maya, membuka akun toko secara *online*, serta menggunakan aplikasi buku kas untuk mencatat transaksi keuangan. (3) Preview, Evaluasi dan Tanya Jawab, Metode ini digunakan sebagai acuan untuk menilai seberapa besar kemampuan pemahaman peserta terkait perencanaan karir yang telah di jelaskan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Kantor Kecamatan Ciomas mendapat sambutan yang sangat positif dari pihak mitra yang terlihat dari banyaknya peserta yang hadir yang semula direncanakan berjumlah 15 orang namun yang hadir 20 orang. Hal ini mencerminkan realisasi kehadiran sebesar 100%. Ini merupakan indikator keberhasilan pencapaian target peserta. Berbagai macam usaha yang dilakukan oleh para pelaku UMKM diantaranya kerajinan tangan, produk kreatif daur ulang, fashion hijab, makanan, pertanian, perikanan, dan perkebunan. Acara kegiatan pengabdian masyaraat mendapat sambutan baik dari Kepala Camat, Bapak Chairuka Judianto, beliau sangat berterimakasih atas terselenggaranya kegiatan positif ini bagi para pelaku UMKM di Bogor.

Gambar 1. Acara pembukaan oleh Bapak Kepala Camat Kecamatan Ciomas

Ketercapaian dan keberhasilan penyampaian materi yang telah di rencanakan. Materi yang telah direncanakan telah sesuai dengan kebutuhan para peserta. Materi yang telah dipersiapkan meliputi materi tentang *Rebranding* Produk dan *digital marketing, Financial Technology, dan* serta *Blue Ocean Strategy* sebagai strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif ketiga materi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kompetensi dan kapasitas SDM serta manajemen UMKM secara menyeluruh.

Pada sesi pertama mengenai penyampaian materi Pengelolaan Keuangan. Pengelolaan Keuangan Bisnis merupakan

hal terpenting demi keberlangsungan usaha. Menetapkan dan memisahkan anggaran bisnis dan anggaran pribadi merupakan bagian dari proses pengelolaan keuangan. Sehingga tidak terjadinya pencampuran keuangan antara keuangan bisnis dan pribadi. Permasalahan yang muncul dari para pelaku UMKM ini, ialah kurang kompetensi SDM dan sikap disiplin dalam mengatur dan melakukan pencatatan keuangan usaha.

Gambar 2. Pelatihan Fintect dengan Aplikasi Buku Kas

Untuk itu materi yang disampaikan terkait pengelolaan keuangan dari aspek pencatatan dan pelaporan modal, keuntungan dan gaji karyawan. Menjadi bagian penting juga bahwa perencanaan keuangan yang baik sejak awal terkait penggunaan modal, aset dan pengeloaan utang mampu membuat bisnis lebih baik dan transparant karena dalam mengeluarkan uang tidak hanya menggunakan ingatan sesaat (Putri, 2020). Beberapa tips yang disampaikan oleh Ibu Ardiani Fadila dalam mengelola keuangan antara lain, tidak berhutang melebih 50% dari aset perusahaan, Mengontrol arus kas dengan tepat membayar tagihan jika ada, Tegas dan disiplin mengetahui yang mana keperluan dan keinginan, dan menetapkan target dalam bisnis, serta mampu mengevaluasi bisnis dalam hal analisa guna meningkatan usaha bisnis agar lebih maju

Hal penting yang ada dalam laporan keuangan antara lain arus kas, laba rugi, piutang dan hutang, hal ini menjadi penting karena dapat mengetahui kondisi keuangan bisnis, apakah mampu bertahan atau tidak. Ini juga menjadi acuan dalam perhitungan akuntansi dan pajak serta sebagai pendukung untuk penilaian jika nantinya ingin melakukan peminjamana secara kredit. Di bagian akhir materi, Para pelaku UMKM ditunjukkan bagaimana cara menggunakan aplikasi Buku Kas secara mudah dan cepat untuk melakukan pencatatan keuangan. Dalam aplikasi tersebut mereka dilatih untuk membuat kartu nama bisnis, melakukan pencatatan transaksi sampai ke pembuatan invoice.

Di sesi kedua, Materi di sampaikan oleh Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M, beliau menjelaskan “Bisnis bukan hanya sekedar menjual produk dan menghasilkan keuntungan namun bisnis lebih tepatnya meraih konsumen dan membuat mereka loyal, untung, dan bertahan”. Untuk itu pada materi ini hal-hal yang dipersipakan dalam bisnis dalam pengelolaan pemasaran antara lain memiliki merek, slogan, logo, dan label. Dalam strategi merek ini, kita mesti mengetahui kebutuhan setiap konsumen

serta menyesuaikan dengan sumber daya perusahaan. Strategi merek tersebut terkait fitur, manfaat, layanan, mutu, rancangan, pengemasan, dan pelabelan. Merek bukan sekedar merek, namun merek adalah hal terpenting bagaimana suatu produk dapat dinilai, serta identitas produk tersampaikan. Untuk itu perlu mencari nama yang unik, yang belum pernah ada, sederhana, mudah diucapkan dan mempunyai makna yang positif. Kedua, dalam menjual hendaknya pelaku mesti mengetahui dimana segemen pasar, target, dan citra produk dimata konsumen yang di singkat STP (Segmenting, Targeting, dan Positiong).

Gambar 3. Pembekalan materi rebranding UMKM dan e-commerce

Pelaku UMKM juga di bekali materi terkait Bauran pemasaran terkait produk, harga, tempat, bagaimana cara mempromosikannya. Bu dienni pun menambahkan bisnis harus disesuaikan dengan perkembangan zaman. Di era digitalisasi saat ini apalagi dalam masa pandemi covid 19, pemasaran manual terasa sulit, untuk itu para pelaku UMKM di tuntut untuk dapat menguasai cara pemasaran secara digital, digital marketing, dapat dilakukan dengan banyak antara lain dengan menggunakan social media dan e-commerce.

Materi terakhir mengenai Blue Ocean Strategy. Blue Ocean Strategy (BOS) adalah strategi yang terkait inovasi dan kecintaan nilai. Strategi ini merupakan suatu pendekatan untuk menguasai ruang pasar sehingga persaingan menjadi idak relevan. Konsep Blue Ocean Strategy menciptakan permintaan baru untuk pertama kalinya, mengalihkan diri dari persaingan di red ocean yang sangat kompetitif, menuju blue ocean dengan bertindak secara responsif mencari dan menciptakan peluang baru (Albar et al., 2014) .

Gambar 3. Pembekalan materi Blue Ocean strategy dan Kanvas Bisnis

Untuk membangun strategi BOS para pelaku UMKM di tuntut untuk dapat mengetahui kanvas strategi. Kanvas strategi merupakan kerangka aksi sekaligus diagnosis untuk membangun strategi blue ocean yang baik (Arifin & Abdillah, 2018). Kanvas strategi juga digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasi, menilai, dan

mengubah suatu bisnis. Terdapat 9 elemen didalam kanvas bisnis model yaitu, - *Customer segmen, Value proposition* (keunikan), *Channel, Customer relationship, Revenue streams, Key resources, Key activities*, *Key partners* (mitra) dan *Cost structure*. Para peserta di minta untuk membuat kanvas strategi bisnis masing-masing serta menganalisis strategi yang di butuhkan untuk kelangsung bisnis mereka(Andreas et al., 2020).

Secara umum kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana dengan baik, hal ini dapat dilihat dari tanggapan, tanya jawab, diskusi dua arah dan antusiasme dari sangat baik dari para peserta. Demi keberlangsungan pelatihan yang berkelanjutan, peserta telah dimasukkan dalam grup Whatsapp yang bertujuan untuk menindakalanjuti perkembangan kegiatan pengabdian ini agar dapat dipraktekkan secara langsung bagi usaha mereka juga menampung segala permasalahan usaha mereka.

Kesimpulan dan Saran

Tentunya kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi pelaku UMKM berjalan dengan sangat baik dan diikuti dengan semangat. Terlebih dimasa pandemi Covid-19 saat ini, peserta sangat membutuhkan pengetahuan terkait kegita materi *financial technology, rebranding* dan *e-commerce*, serta *blue ocean strategy* untuk dapat bertahan memenangkan persaingan bisnis yang kompetitif. Diharapkannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi suatu keberlanjutan yang berkesinambungan supaya bisa lebih fokus terhadap jenis usaha yang berbeda-beda dari masing-masing peserta. Pendampingan sebaiknya dilakukan dengan masing-masing kelompok sesuai dengan basis jenis usaha peserta agar lebih tepat guna dan mudah diimplementasikan.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberi dukungan dalam terlaksananya kegiatan ini. Terimakasih juga kami ucapkan kepada Bapak Kepala Camat Kecamatan Ciomas, Kota Bogor dan Ketua UMKM Ciomas, Bapak Khasan Al Quzaeri, serta para pelaku UMKM sebagai peserta yang sangat aktif dan antusias mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

Albar, F. B., Wisudianto, A., Mubiena, G. F., & Mansur, A. (2014). Desain Strategi Pengembangan Ukm Dengan Kombinasi Metode Benchmarking Dan Blue Ocean Strategy. In *Seminar Nasional IENACO*.

Andreas, D., Nurrochmat, D. R., & Djohar, S. (2020). Strategi Pengembangan Model Bisnis Koperasi Serba Usaha Pinto Jaya. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. https://doi.org/10.17358/jabm.6.2.313

Arifin, S. M., & Abdillah, Y. (2018). Penerapan blue ocean strategy (BOS) dalam usaha memasuki pasar internasional (Studi pada UMKM Pricilla Jilbab Bolak Balik). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.

Cook, J. (2015). A Six-Stage Business Continuity and Disaster Recovery Planning Cycle. *SAM Advanced Management Journal*.

Komalasari, R. (2020). MANFAAT TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI COVID 19. *TEMATIK*. https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.369

Putri, W. E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM di Kecamatan Medan Marelan. *Jurnal Pembangunan Perkotaan*.