

PERAN PENGABDIAN MASYARAKAT DALAM PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)

¹Muhammad Aras Prabowo, ²Muhammad Robin, ³Fathur Rohman, ⁴Gilang Permana, ⁵Mohammad Tamam Qomaruddin, ⁶Defita Rahma, ⁷Hidayani

¹Prodi Akuntansi, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, Jakarta, Indonesia

^{2,3}Mahasiswa Ekonomi Syariah, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, Jakarta, Indonesia

^{4,6,7}Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, Jakarta, Indonesia

⁵Mahasiswa Prodi Sosiologi, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, Jakarta, Indonesia

* Penulis Korespondensi: ¹ma.prabowo@unusia.ac.id, ²muhammadrobin377@gmail.com,
³bangrey15062000@gmail.com, ⁴gilangpermana0399@gmail.com, ⁵tamamqomaruddin09@gmail.com,
⁶devitarahma2505@gmail.com, ⁷anihida12@gmail.com

ABSTRAK

Program seminar manajemen keuangan Desa dan pendampingan UMKM (pengembangan bisnis berbasis digital) ini merupakan program yang dilakukan oleh tim Pengmas Unusia dalam upaya memberikan wawasan yang lebih luas kepada perangkat Desa, dalam upaya mengelola keuangan Desa. Sedangkan pendampingan UMKM sendiri dilakukan untuk membantu peningkatan perekonomian masyarakat berbasis digital. Metode yang digunakan yaitu *Focus Grup Discustion* (FGD) serta kunjungan ke tempat usaha masyarakat. Hasil menunjukkan terdapat faktor dan penyebab yang ditemukan terkait perekonomian masyarakat di Desa Candali. Dengan adanya seminar pengembangan bisnis berbasis digital (usaha online) sasaran pemasaran produk dari usaha masyarakat lebih luas sehingga berdampak baik pada perkembangan usahanya.

Kata Kunci : Pemberdayaan UMKM, Keuangan Desa, Pertumbuhan Ekonomi, Desa Candali

ABSTRACT

This Village Financial Management Seminar and MSME Assistance Program (digital-based business development) is a program carried out by the Unusia Community Service team in an effort to provide broader insight to village officials, in an effort to manage village finances. While MSME assistance itself is carried out to help improve the community's economy. digitally based. The method used is Focus Group Discussion (FGD) and visits to community businesses. The results show that there are factors and causes found related to the economy of the community in Candali Village. With the existence of a digital-based business development seminar (online business), product marketing targets from the wider community will have a good impact on business development.

Keywords: MSME Empowerment, Village Finance, Economic Growth, Candali Village

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di masa sekarang sangat berkembang pesat. Masyarakat diuntut untuk siap menghadapi tantangan zaman, karena akan terjadi banyak perubahan di berbagai bidang. Salah satu contohnya adalah perkembangan bisnis. Mulai dari bisnis kecil hingga bisnis besar memanfaatkan perkembangan teknologi ini untuk menjalankan usahanya. Kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang semakin kompleks, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran untuk mendukung aktivitas bisnis serta mempermudah dan memperkuat fungsi komunikasi kepada publik (Suryani, 2014). Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merk produk dengan menggunakan media elektronik/media digital yang berpotensi dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, dan relevan. (Yasmin et. al, 2015).

Menurut Hendriadi, Sari dan Padilah (2019), digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet, agar dapat menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain Shopee, Bukalapak, TokoPedia, Instagram, TikTok dan media lainnya. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas.

Ada empat kendala yang menjadi penyebab sulitnya perkembangan usaha, kecil, dan menengah (UMKM), diantaranya meliputi; *Pertama*, nilai ekonominya kurang kompetitif di pasaran. Lalu, kapasitas produksinya masih kurang ditambah keterbatasan pemasaran. Terakhir, namun yang paling utama, adalah keterbatasan modal, salah

satunya karena tidak *bankable*. Ada masalah lain seperti *unbalanced* program, di mana kredit usaha rakyat atau bansos untuk UMKM dikucurkan besar-besaran dari pemerintah. Kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran dan pemograman dana yang menjadikan pelaku usaha tidak memiliki pandangan yang jelas buat apa dana yang ada. Dalam hal kecilnya skala ekonomi, hal itu disebabkan oleh pemasaran yang kurang efektif sehingga pembiayaan menjadi tidak efisien.

Seperti yang sudah kita ketahui bersama bahwa UMKM adalah salah satu sektor yang memiliki peranan yang cukup besar terhadap perekonomian nasional. Berbagai literatur terdahulu mencatat terkait eksistensinya yang tetap mampu bertahan bahkan di saat kondisi krisis ekonomi sekalipun (Nugrahani, 2015). UMKM merupakan usaha kecil yang dikelola oleh masyarakat. UU No. 20 tahun 2008 menyatakan bahwa UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki seseorang atau badan perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Adanya UMKM ini sendiri merupakan suatu usaha yang dapat menopang usaha besar yang berperan dalam menyediakan suku cadang, bahan mentah, atau pendukung lainnya, selain itu UMKM juga dapat menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan serta menjual produk kepada konsumen (Sarfiyah dkk., 2019).

Penelitian Pradiani (2018) pun sudah membuktikan bahwa pemasaran secara online memang dapat meningkatkan hasil penjualan produk, karena sekarang ini masyarakat cenderung lebih suka mencari referensi secara online bahkan membeli produk secara online. Pemasaran secara online juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang tidak dapat atau susah dijangkau oleh pemasaran offline (Febriyantoro dan Arisandi, 2018).

Dalam menyelesaikan masalahnya dan untuk memenuhi kebutuhan kemajuan ekonomi masyarakat kabupaten Bogor khususnya dibidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Dinas Koperasi UMKM bekerja sama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam merealisasikan pemasaran secara strategis di era digital. Tapi jika pelaku usaha belum memiliki Penguasaan teknologi informasi dan komunikasi akan mempermudah pelaku usaha meningkatkan pemasaran produknya, upaya bertransformasi dari offline ke online itu akan sia-sia jika SDM belum memiliki pengetahuan yang cukup.

Penelitian ini berfokus di UMKM di Kampung Anyar RW 01 Desa Candali Rancabungur Bogor dalam rangka Kuliah Kerja Nyata dalam bentuk program pengabdian kepada masyarakat membangun desa lebih spesifiknya dalam program Membangun Desa Pendidikan yang diselenggarakan oleh Universitas Nahdlatul Ulama

Indonesia (UNUSIA) hasil survey lapangan menjelaskan Desa Candali memiliki 0 UMKM berbagai bidang usahanya. 0 pelaku UMKM ini terdiri dari 0% memiliki aset s.d Rp.2juta; 0% memiliki aset Rp.0juta s.d. Rp.0juta dan sisanya 0% memiliki aset Rp.0juta s.d. Rp.0juta. Berdasarkan hasil survey dan wawancara pada Bulan Juni 2022 dengan pemerintah Desa Candali dapat diringkas seperti berikut: “Jumlah penduduk: +/- 5.611 jiwa, yang terdiri perempuan +/- 2.641 jiwa dan laki-laki +/- 2.970 jiwa, Luas Desa Candali: +/- 632 Ha, Lapangan kerja: 30 Angkatan kerja +/- 1850 jiwa, bekerja sebagai karyawan Swasta: +/-442, Buruh: +/-304 jiwa, Tukang: +/-32 jiwa, Wiraswasta: +/-423, Pedagang Keliling: +/- 41 jiwa, Pedagang: +/-317 jiwa, Petani: +/- 193 jiwa, Peternak: +/- 24 jiwa, Buruh tani: +/-353 jiwa, Buruh ternak: +/- 42 jiwa, Sopir: +/-24 jiwa, Pengemudi Ojeg: +/-48, dan sisanya 622 orang sebagai tokoh dalam berbagai bidang, pegawai: PNS 50 orang, pensiunan 12 orang, dan tingkat pendidikan: Angkatan kerja +/-5.611 jiwa, yang terdiri dari pendidikan sarjana 15 orang, diploma 14 orang, SMA 714 orang, SMP 1063 orang, SD 3.127 orang, tidak tamat SD 678.”

Dalam upaya meperdayakan masyarakat Candali khususnya dalam UMKM, tim Pengabdian Masyarakat (Pengmas) Unusia 2022 berharap besar masyarakat Desa Candali mampu memahami dunia digital, mampu memahami ilmu *interpreuner*, mampu mengelola keuangan, mampu menyusun laporan keuangan. Upaya yang dilaksanakan Pengmas Unusia 2022 dapat berdampak pada kinerja pelaku Umkm yang kian hari kian meningkat. dan ada simbiois diantara masyarakat candali dan Unusia untuk saling membantu dalam meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Desa Candali.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program ini adalah a) Focus Group Discussion (FGD) dilakukan kepada aparat pemerintah Desa Candali dan beberapa pelaku UMKM untuk diketahui permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM terkait pemasaran produknya, b) Pelatihan dengan metode ceramah, dan metode tanya jawab.

a. Focus Group Discussion (FGD)

Hollander (2004), Duggleby (2005), dan Lehoux et al. (2006) mendefinisikan metode FGD sebagai suatu metode untuk memperoleh produk data/informasi melalui interaksi sosial sekelompok individu yang dalam interaksi tersebut, sesama individu saling mempengaruhi satu dengan lainnya.

FGD merupakan metode dan teknik pengumpulan data atau informasi yang awalnya dikembangkan di dalam penelitian pemasaran. Ketika itu FGD digunakan untuk mengetahui citra tentang produk tertentu, hal-

hal apa yang menarik calon pembeli atau konsumen, disain produk, pilihan ukuran, pilihan warna, disain kemasan, hal-hal apa yang perlu diperbaiki dan sebagainya. Dengan menggunakan FGD, dalam waktu relatif singkat (cepat) dapat digali mengenai persepsi, pendapat, sikap, motivasi, pengetahuan, masalah dan harapan perubahan berkaitan dengan masalah tertentu.

b. Pelatihan dengan Metode Ceramah

Setelah mengumpulkan beberapa pelaku usaha UMKM, tim Pengmas melakukan sosialisasi dengan menggunakan metode ceramah dan pelatihan. Metode ceramah adalah cara menyajikan atau menyampaikan pelajaran melalui penuturan secara lisan atau penjelasan langsung kepada sekelompok siswa” (Sanjaya, 2008: 147).

Ketika narasumber sudah selesai menyampaikan materi, para pelaku umkm berhak bertanya hal-hal yang kurang atau tidak dipahami dari penjelasan narasumber tersebut. Atau sebaliknya, narasumber bertanya kepada para pelaku umkm tentang apa saja yang mereka belum pahami. Menurut Drs. Soetomo (1993) metode tanya jawab adalah suatu metode dimana guru/narasumber menggunakan/memberikan pertanyaan kepada peserta yang hadir dalam forum untuk menjawab, atau sebaliknya peserta bertanya pada narasumber atau pemateri dan pemateri menjawab pertanyaan siswa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini bermanfaat dalam proses pengembangan masyarakat khususnya pelaku UMKM di desa Candali Kecamatan Rancabungur Kabupeten Bogor sebagai partisipan dalam kegiatan Pengmas Unusia 2022. partisipan dalam kegiatan ini diberikan pengetahuan mengenai apa itu *E-commerce*; mulai dari proses pengemasan produk, penjualan produk jasa dan informasi yang digunakan dalam menjalankan usaha secara elektronik, dan tak lupa melibatkan transfer dana elektronik, sistem manajemen keuangan secara offline—online. Tak hanya itu peserta juga mendapatkan buku motivasi mengenai pengusaha sukses. Dari kegiatan pengmas ini adalah agar masyarakat terlebih dahulu mendapat motivasi dan berminat untuk bisa mengoptimalkan potensi sdm untuk bisa membuat usaha sendiri dan tentunya bias memutus rantai kemiskinan dalam desa Candali. Ketertarikan masyarakat untuk membuat usaha sendiri tentunya berdampak pada perekonomian di Desa Candali. Selain memberikan sumbangsih terhadap pada kepentingan bersama juga memberikan sumbangsih kepada penghasilan perorangan yang tentunya bis menghidupi para keluarga.

Berdasarkan evaluasi dari hasil yang sebelumnya, motivasi perintis usaha dan pelaku

usaha mikro ini rentang dengan tantangan, kendala yang akan terjadi, lebih bersifat optimis dengan apa yang mereka kerjakan. Maka dari itu kita memberikan wawasan melalui kegiatan seminar. Kegiatan Seminar itu berjudul “Manajemen Keuangan Desa dan Pendampingan UMKM (Pengembangan Bisnis Digital) yang dalam deskripsinya meliputi Sasaran dan Tujuan kegiatan. Kegiatan ini merupakan upaya Pengmas Unusia dalam mengembangkan UMKM desa candali berdasarkan permasalahan yang kami temukan pasca observasi. Selain untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Candali juga bertujuan agar keuangan Desa lebih terkontrol. Sedangkan sasaran kegiatan ini yaitu masyarakat dan perangkat Desa. Adapun tempat pelaksanaan kegiatan seminar ini di Aula Kantor Desa Candali

Dalam teknis pelaksanaan dan *Time schedule* tim Pengmas Unusia menyajikan dua materi; (1) Materi terkait Manajemen Keuangan Desa; SDGs oleh M. Aras Prabowo, S.E., M.Ak. (2) Materi terkait Pengembangan Bisnis Digital (online shoop) oleh Syaikhul Umami, S.Pd. Sedangkan pada pelaksanaannya, kegiatan ini dimulai pukul 09.00 sampai 12.30. Teknis acara ini layaknya talk show; materi pertama diberi waktu satu jam dan dilanjutkan dengan pemateri selanjutnya. Sebelum penutupan diadakan sesi tanya jawab yang dipandu oleh moderator.



Gambar 1. Foto Pelaksanaan seminar UMKM di Kantor Desa Candali (berjumlah 30 orang)

Masih dalam upaya membantu dan belajar kepada para pelaku usaha mikro di Desa Candali, salah satunya Budiman panel. Budiman panel adalah UMKM yang bisa dibidang cukup berkembang dengan melihat toprekor dan kepleran di daerah sekitar yang menyebut warga Kampung Anyar adalah warga yang hampir semua menguasai kelistrikan. Kunjungan ini diadakan dengan upaya memberikan pengetahuan mengenai perakitan panel dan kelistrikan kepada mahasiswa, serta kami mendapatkan pengalaman kerja di dunia panel dari pekerja dan pemilik usaha. Dalam hal ini kami bisa mendapatkan pengetahuan mengenai kelistrikan yang tidak didapat di kampus sendiri.



Gambar 2. Dokumentasi Tim Pengmas Unusia selesai pelaksanaan program seminar UMKM

Budiman Panel didirikan oleh pak Asep salah satu warga Candali, dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian Desa, tidak hanya panel saja, usaha lain dari pak Asep diantaranya usaha temak ikan hias, temak unggas dan usaha lainnya. Terdapat beberapa orang yang sudah memiliki bakat kelistrikan, diantaranya warga sendiri dan masyarakat Candali. Sebab dalam usaha tentunya ada keahlian yang dibutuhkan untuk pekerjaannya. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi (Armstrong dan Baron, 1998 :15). sebelumnya pak asef sendiri sudah meberikan pelatihan untuk warga Candali untuk bidang panel dan temak ikan hias, tapi kembali lagi memang warga Candali ini kurang tertarik dan tidak semua bisa dengan mudah mempraktekanya, jadi pekerja pak asef disini adalah pekerja yang benar benar bisa mengerja ka n pekerjaan dengan baik dan benar.



Gambar 3. Dokumentasi Pendampingan UMKM Tim Pengmas Unusia dengan warga Desa Candali

4. SIMPULAN

Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa ada relevansi antara motivasi dan kondisi perekonomian di desa Candali. Hubungan antara inovasi dan kinerja Umkm serta geografisnya. Variabel motivasi berpengaruh utuh dalam kondisi ekonomi yang ada di masyarakat Candali. Sebab itu

dirasa perlu bagi pelaku Umkm khususnya yang ada di RW 01 Desa candali selalu memberikan dorongan dalam meningkatkat jiwa interprineuship secara berlanjut, melayani pelanggan yang ramah dan menggunakan kata-kata berempati, tidak menggunakan modal kerja untuk kebutuhan konsumtif serta menjalin kerjasama dengan pemerintah dan calon pemodal. Pada kesimpulanya bahwa:

- a. Kegiatan pengmas yang dilaksanan dalam kegiatan seminar yang bertema Seminar Manajemen Keuangan Desa dan Pendampingan UMKM (Pengembangan Bisnis Digital) di desa Candali Kecamatan Rancabungur Kabupaten Bogor bisa terealisasikan dengan baik. Dan masyarakat sadar akan sumberdaya yang bisa dimanfaatkan denganbbaik.
- b. Output dari kegiatan ini diharapkan agar masyarakat Cnadalikhususnya kampung anyar termotivasi dan bia mengoptimalkan potensi sumberdaya-sumber daya yang ada untuk peluang penyukseskan umkm dan gerakan untuk berjuang dalam menjaga usaha tersebut.

5. SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan terdapat beberapa saran yang sekiranya dapat membantu dalam meningkatkan UMKM di Desa Candali;

- a. Peran pemerintah Desa sangat penting dalam pendampingan UMKM, selain dapat memantau langsung perekonomian masyarakat pemerintah Desa juga dapat mengetahui sejauh mana perkembangan perekonomian Desa.
- b. Penting untuk melakukan Kerjasama dengan instansi atau perusahaan untuk mendorong kemajuan perekonomian Desa.
- c. Masyarakat diharapkan lebih update terhadap teknologi, agar dapat memanfaatkan teknologi untuk perkembangan usahanya.
- d. Untuk Pengmas yang akan dating diharapkan dapat meneruskan program pendampingan UMKM ini, dapat merealisasikan apa yang belum direalisasikan oleh tim Pengmas saat ini dan Menyusun strategi baru yang lebih baik dalam melakukan pendampingan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, M. and Baron, A. 1998. Performance Management – The New Realities. London: Institute of Personnel and Development.
- Hendriadi, Ade Andri., Sari, Betha Nurina., & Padilah, Tesa Nur. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA, 4(2), 120-124

- Hollander, J.A. (2004). The social contexts of focus groups. *Journal of Contemporary Ethnography*, 33, 5, 602-637
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafispada label dan kemasan produk makanan umkm. *Jurnal Imajinasi*, IX (2), 127–136. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8846>
- Lehoux, P., Poland, B., & Daudelin, G. (2006). Focus group research and “the patient’s view.” *Social Science & Medicine*, 63, 2091-2104
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146
- Soetomo, Dasar-dasar interaksi belajar mengajar, (Surabaya: Usaha Nasional, 1993), hal. 148
- Yasmin A, Tasneem S, Fatema K. 2015. Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1 (5), 69-80.
- Febriyantoro, M. T. & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76