



PEMBERDAYAAN UMKM PADA MASA NEW NORMAL UNTUK MENOPANG EKONOMI MASYARAKAT

Oleh

Yayuk Yuliana¹⁾ & Wan Dian Safina²⁾

^{1,2}Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah

E-mail: ¹yayukyuliana@umnaw.ac.id

Article History:

Received: 19-04-2021

Revised: 03-05-2021

Accepted: 18-05-2021

Keywords:

Promotion, Society &
Pandemic Covid 19

Abstract: *Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are businesses that are run by individuals, households, or small business entities. One of the obstacles to the advancement of MSMEs is not only in product quality, but how a micro, small and medium enterprise (MSME) is able to do good marketing. The period of the Covid-19 pandemic has provided a change in perspective on the perspective of product marketing and promotion. Activities that used to be carried out face-to-face, as long as it is recommended to stay at home, cannot be carried out anymore. Likewise with marketing and promotional activities carried out through exhibitions and bazaars. This has a big impact on the resilience of the "fake" cake culinary business in Suka Maju Village, Medan Johor Village. Through this assistance, the group becomes more able to have other media options for marketing and product promotion, without having to meet face to face. The results of this activity have been the implementation of the management function in the activity plan, improving marketing skills and good management so that there is an increase in turnover in micro, small and medium enterprises (MSMEs).*

PENDAHULUAN

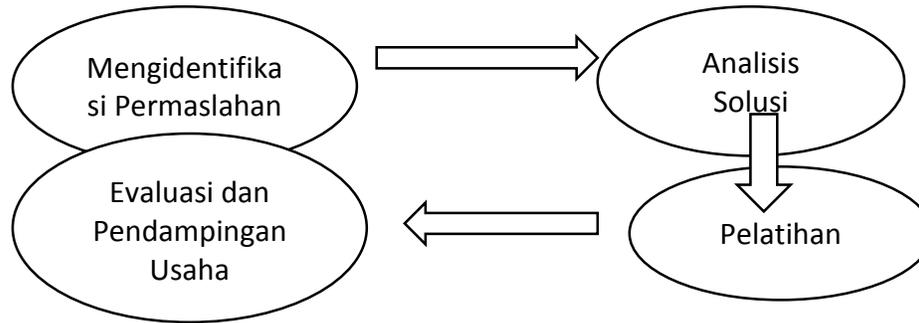
perkembangan dunia saat ini sangat menjadi tolak ukur berkembang suatu daerah, bukan hanya milik masyarakat menengah, masyarakat kurang mampu juga mengetahui pentingnya perkembangan zaman saat ini. Perkembangan zaman saat ini dikenal dengan Industri 4.0 atau *live in digital*. Perubahan berdampak besar pada saat ini, ketika dunia terguncang dengan wabah Covid 19 [1]. Setiap masyarakat dikalangan apapun mengalami perubahan pola hidup. Secara perekonomian, *live style*, kebersihan dan sosial bermasyarakat. Covid 19 berubah cara pola kebiasaan masyarakat, bahkan akibat kurang pengetahuan mengalami kemerosotan dalam aspek ekonomi masyarakat. Masyarakat yang terbiasa melakukan secara tatap muka, berubah menjadi masyarakat digital, melakukan segala sesuatu dengan menggunakan koneksi internet. Kebutuhan memperbaiki keadaan sangat menunjang kesiapan setiap masyarakat dalam meneruskan kehidupan. Kurangnya pengetahuan dan kepedulian masyarakat tentang keberadaan covid, mengakibatkan



banyak kendala penyelesaian dengan cepat terkait dengan pemasaran [2]. Corona atau dikenal dengan Covid – 19 memberikan kesempatan besar untuk menjadi kehidupan yang lebih baik. Untuk saat ini Pemerintah menjadikan Indonesia menjadi kehidupan baru atau dikenal dengan *New Normal*. Masyarakat yang harus sadar menjalani setiap langkah kehidupan menjadi lebih teratur, aktif, kreatif bahkan harus mampu menyesuaikan dengan kebutuhan lingkungan sekitar.[3]. Orang tua harus mampu menemani anak-anak untuk belajar secara daring, perekonomian yang dapat dilakukan dengan menggunakan digital terutama media sosial, sadar untuk hidup sehat sesuai aturan pemerintah tanpa ada paksaan dan memahami pentingnya kekuatan hukum dalam menetapkan dan membuat peraturan kehidupan sehingga setiap komponen saling tetap mematuhi peraturan dengan baik dan benar. Semakin meningkatnya penyebaran virus Corona atau yang sering disebut dengan Covid-19 menghambat aktivitas masyarakat di luar rumah. Sehingga secara langsung maupun tidak langsung menyebabkan perlambatan dan kelumpuhan ekonomi [4]. Indonesia termasuk negara yang merasakan akibat dari virus ini. Berbagai kebijakan diterapkan agar terputus rantai penyebaran virus, mulai dari work from home, physical distancing sampai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dampak dari PSBB juga dirasakan oleh pemilik toko offline dimana terpaksa menutup tokonya karena adanya pembatasan aktifitas, hal tersebut menyebabkan kehilangan penghasilan atau penurunan omzet penjualan secara draktis.[5]. Berdasarkan observasi dan wawancara langsung dengan perangkat lurah, Salah satu kelurahan yang berpotensi untuk dijadikan wilayah penyelesaian adalah kelurahan Suka Maju. Kelurahan Suka Maju adalah salah satu kelurahan dari 13 kelurahan di Kecamatan Medan Johor. Salah satu bidang usaha yang paling diminati masyarakat adalah bidang panganan atau makanan serta camilan. Kue Bohong merupakan camilan yang berjenis makanan berminyak yang dapat dijadikan panganan yang cukup mengenyangkan bagi sebagian kalangan, baik dari anak-anak hingga orang dewasa sekalipun. Bahan-bahannya yang cukup dikenal dimasyarakat, cara pembuatannya yang tidak terlalu rumit, serta rasanya yang cukup ramah di lidah masyarakat menjadikannya menjadi salah satu panganan yang cukup favorit khususnya di daerah Medan

METODE

Perencanaan usaha serta bisnis itu merupakan sudut pandang dan prospek yang setiap orang pasti memiliki cara pemikiran yang berbeda-beda dalam menanggapi. Sebagian wirausahawan memiliki pemikiran berwirausaha beternak, berdagang, serta berbudidaya sesuatu yang dianggap memiliki prospek yang baik dikalangan masyarakat umum pada masa sekarang ini. Salah satu bidang usaha yang paling diminati masyarakat adalah bidang panganan / makanan serta camilan. Kue Bohong merupakan camilan yang berjenis makanan berminyak yang dapat dijadikan panganan yang cukup mengenyangkan bagi sebagian kalangan, baik dari anak-anak hingga orang dewasa sekalipun. Bahan-bahannya yang cukup dikenal dimasyarakat, cara pembuatannya yang tidak terlalu rumit, serta rasanya yang cukup ramah di lidah masyarakat menjadikannya menjadi salah satu panganan yang cukup favorit khususnya di daerah Medan.



Gambar 1 Metode Pengabdian

HASIL

Pelaksanaan program yang diawali dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tentang aspek peningkatan skill, pelatihan-pelatihan usaha, manajerial, manajemen keuangan dan aspek pemasaran dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan wirausaha dan pendampingan aspek manajemen dan aspek pemasaran, kemudian dilanjutkan dengan tim mengadakan evaluasi setelah kegiatan berlangsung dan hasil kami peroleh ada pada table di bawah ini

Tabel 1. Kondisi UMKM sebelum Pelatihan

No	Perihal	Sebelum kegiatan	Keterangan
1	Skill Wirausaha	Kurang	kemampuan wirausaha masih sangat kurang, usaha masih sebatas coba-coba
2	Kemampuan pemasaran	Kurang	pemasaran hanya of line belum memiliki kemampuan pemasaran online/digital marketing
3	Manajemen keuangan	Kurang	Pengelolaan keuangan belum di lakukan, belum memahami laporan keuangan, uang usaha dan pribadi masih tercampur
4	Manajemen Organisasi	Kurang	Belum ada Perencanaan, dan pengontrolan organisasi yang jelas, manajemen tanpa ada job disk.

Tabel .2 Perubahan setelah diadakan Pelatihan dan Pendampingan PKM

No	Perihal	Keterangan
1	Skill Wirausaha	Kemampuan wirausaha sudah semakin baik, dengan memperhatikan aspek-aspek pelayanan dan <i>Quality control</i>
2	Kemampuan pemasaran	Sudah ada kemampuan memasarkan terutama melalui media online, baik, FB dan whatsapp, peningkatan omset usaha meningkat 100% dari sebelumnya dari sektor penjualan online



3	Manajemen keuangan	Memahami laopran Keuangan, dari arus kas, Nerca, laporan rugi laba dan sudah terbangaun untuk memisahkan modal usaha dengan uang pribadi
4	Manajemen Organisasi	Mulai terbangun Manajemen organisasi dengan menerapkan POAC

Hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan pada Tabel di atas menunjukkan bahwa dampak pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan ini dapat menjadi salah satu langkah dalam mengatasi persoalan UMKM dengan meningkatnya Omset dari pemasaran online, serta adanya Manjemen dengan berjalannya aspek *planning*, *organizing*, *actuating*, *controlling* pada UMKM serta mulai rapuhnya Pelaporan keuangan pada Anggota UMKM.

DISKUSI

Program penetapan atau pengembangan wilayah pemasaran produk kue bohong Prospek pengembangan usaha kue bohong ini sangat menjanjikan mengingat masih tingginya taraf pengenalan masyarakat terhadap panganan ini,serta melihat prospek bahan bakunya yang kaya gizi dan mudah didapat ,murahnya biaya tenaga kerja,kawasan dan lokasi pemasaran didaerah kota Medan masih bisa dipertimbangkan maka dapat mempermudah pengembangan kue bohong ini.Dari kalangan anak-anak hingga dewasa serta distributor akan dapat membatu pengembangan wilayah pemasaran kue bohong dengan cara UMKM kue bohong tersebut harus memiliki sebuah tim manajemen yang berkomitmen untuk menjalankan dan mengembangkan UMKM kue bohong ini sampai mencapai target. Program Aksi Pemberdayaan Usaha Skala Mikro bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal yang berskala mikro, melalui upaya peningkatan kapasitas usaha sehingga menjadi unit usaha yang lebih mandiri, berkelanjutan, dan siap untuk tumbuh dan bersaing. Sasaran dari program pemberdayaan usaha mikro adalah meningkatnya kapasitas usaha mikro, meningkatnya ketrampilan pengelolaan usaha, dan terselenggarannya kepastian, perlindungan, serta pembinaan usaha.

KESIMPULAN

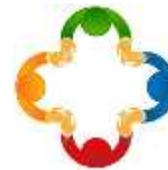
Dari hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan ini dapat menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan pelaku UMKM. Pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan ini dapat menjadi salah satu langkah dalam mengatasi persoalan UMKM dengan meningkatnya Omset dari pemasaran of line berintegrasi dengan pemasarana on line, serta adanya Manjemen dengan berjalannya aspek *planing*, *organizing*, *actuating*, *controlling*, pada UMKM serta mulai rapuhnya Pelaporan keuangan pada Anggota UMKM yang tergabung pada Komunitas Serikat saudagar Nusantara

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim PKM mengucapkan terimakasih kepada LP2M Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, para narasumber dan stekholder yang membantu pelaksanaan sehingga kegiatan PKM ini dapat terlaksana dengan baik.

**DAFTAR REFERENSI**

- [1] Y. Yuliana and V. Kristiana, "Ilomata International Journal of Management (IJMM) Ilomata International Journal of Management (IJMM)," no. 1, pp. 51–55, 2021.
- [2] M. Mawardi and A. Abizar, "Improvement of Business Capacity and Management in the Serikat Saudagar Nusantara Umkm Community Bandar Lampung," *E-Amal J. Pengabdi. ...*, vol. 01, no. 01, pp. 1–6, 2021, [Online]. Available: <https://stp-mataram.e-journal.id/Amal/article/view/384>.
- [3] S. Y. Amijaya, T. Seliari, and K. Oentoro, "Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Promosi Produk Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19," *Proceeding Senadimas ...*, 2020, [Online]. Available: <https://lppm.undiksha.ac.id/senadimas2020/assets/ProsidingSenadimas2020/file/47.pdf>.
- [4] W. N. Faroh, M. R. Wijaya, B. Syamtoro, . R., and S. E. Lestari, "PELATIHAN UNTUK PARA PELAKU UMKM AGAR BERTAHAN MENGHADAPI KRISIS AKIBAT PANDEMI COVID-19 WARGA PERIGI, PONDOK AREN, TANGERANG SELATAN," *J. Lokabmas Kreat. Loyal. Kreat. Abdi Masy. Kreat.*, 2020, doi: 10.32493/jlklkk.v1i3.p44-52.7723.
- [5] D. P. S. Putri, P. Bakti, I. Supono, M. Zulziar, and P. Wibowo, "Optimalisasi Penjualan Online Untuk Kelompok Usaha," *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, 2020.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN