



OPTIMALISASI PENJUALAN UMKM LAMBAN KELOR BULOK PASCA PANDEMI COVID-19 BERBASIS TEKNOLOGI DAN BISNIS

Oleh

Ketut Artaya¹, Hariyanto Wibowo², Dedek Sandika³

^{1,2}Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

E-mail: ¹artajaya@darmajaya.ac.id, ²hariwib@darmajaya.ac.id,

³dedeksandika77@gmail.com

Article History:

Received: 08-07-2022

Revised: 17-07-2022

Accepted: 21-08-2022

Keywords:

Optimalisasi, UMKM,
Lamban Kelor, Berbasis
Teknologi dan Bisnis

Abstract: *Tren pemanfaatan digitalisasi pada UMKM terus menunjukkan peningkatan pada beberapa tahun terakhir, terlebih pada era pandemi Covid-19, meski masih terdapat ruang percepatan dan optimalisasi digitalisasi terutama pada aspek kemampuan sumberdaya manusia UMKM dan infrastruktur pendukung yang perlu ditingkatkan. Hal tersebut mengingat pelaku UMKM yang telah memiliki akses terhadap ekosistem digital belum tentu memiliki pemahaman yang kuat dalam pemanfaatan digitalisasi untuk mengembangkan kegiatan usaha. Adaptasi dan transformasi UMKM dalam pemanfaatan digitalisasi akan mendorong pembentukan UMKM yang tidak hanya lebih resilien, namun juga lebih maju dan kuat. Oleh karena itu pengabdian masyarakat tahun 2022 ini difokuskan pada optimalisasi penjualan pada UMKM Lamban Kelor Bulok Pasca Pandemi Covid-19 Berbasis Teknologi dan Bisnis, melalui metode konsultasi tentang pemanfaatan teknologi dan bisnis serta pendampingan aplikasi platform yang akan digunakan dalam proses digitalisasi UMKM. Kegiatan pengabdian yang dilakukan mampu meningkatkan pemahaman dan skill pelaku UMKM Lamban Kelor Bulok dalam proses digitalisasi dan pemanfaat media sosial sebagai salah satu upaya peningkatan penjualan.*

PENDAHULUAN

UMKM merupakan unit usaha yang relatif kecil, namun memiliki keunggulan sebagai unit usaha, selain itu juga memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap 97 persen tenaga kerja nasional dan berkontribusi sebesar 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Bank Indonesia). Adanya pandemi covid-19 telah memberikan dampak yang cukup besar bagi UMKM, mengingat kebijakan pemerintah seperti aturan PSBB dan *social distancing* mengakibatkan kurangnya interaksi sosial dan maraknya bisnis online. Hal ini membuat para pelaku UMKM harus mencari strategi yang tepat agar usahanya dapat terus berlangsung.



Peningkatan produktivitas UMKM berpeluang untuk terus dioptimalkan melalui penguatan inovasi. Permasalahan yang mengemuka dalam peningkatan produktivitas UMKM adalah keterbatasan akses pada lembaga keuangan formal, teknologi produksi, kapasitas sumber daya manusia, bahan baku, dan pemasaran. Selain itu, UMKM yang mendominasi unit usaha di Indonesia, umumnya dikelola secara informal, dengan tingkat pendidikan pengelola yang rendah, dan keterampilan tenaga kerja yang belum optimal.

Hal tersebut memengaruhi kemampuan UMKM dalam meningkatkan produktivitas usaha. Pelaku dengan skala usaha yang lebih rendah pada umumnya lebih jarang melakukan inovasi, bahkan beberapa di antaranya tidak mampu melakukan inovasi secara mandiri. Memperkuat inovasi bagi UMKM akan mendukung pencapaian pertumbuhan yang inklusif dengan mengurangi kesenjangan produktivitas antara UMKM dengan usaha lain yang berskala lebih besar. Peningkatan inovasi pada UMKM dapat dioptimalkan dengan memanfaatkan perkembangan ekonomi dan keuangan digital yang semakin terakselerasi pada masa kenormalan baru.

Oleh karena itu Digitalisasi UMKM sudah menjadi tuntutan pasca pandemi Covid-19 saat ini. Namun, akses internet serta indeks kesiapan digital dari pelaku usaha ini menunjukkan bahwa UMKM ini tidak sepenuhnya siap untuk serta merta beralih ke digital. Berdasarkan hal tersebut, perlu adanya kerjasama antara pemerintah, pelaku bisnis dan perguruan tinggi serta masyarakat untuk menuju digitalisasi UMKM. Sebagai bentuk tanggung jawab Perguruan Tinggi dalam menjalankan Tri Dharma, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya mengimplementasikan program pengabdian kepada masyarakat melalui program Praktek Kerja Pengabdian Kepada Masyarakat (PKPM) khususnya pada pembinaan UMKM Pasca Pandemi Covid-19.

Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mengetahui apa saja dampak pandemi covid-19 bagi pemasaran produk UMKM, mengetahui strategi apa yang tepat untuk diterapkan oleh pelaku usaha agar dapat bertahan di tengah pandemi covid-19 dan untuk mengeksplorasi pemanfaatan digital marketing di era pandemi covid-19 serta agar dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

Pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yaitu menggunakan studi kasus melalui wawancara, studi pustaka atau literatur, yaitu menggunakan jurnal dan buku sebagai acuan. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi saat ini menstimulasi pelaku UMKM untuk melakukan kegiatan dan melakukan komunikasi walaupun dengan jarak yang sangat jauh. Teknologi sangat mempengaruhi kesuksesan wirausahawan dalam menjalankan kegiatan usahanya, baik dalam melakukan kegiatan promosi sampai proses pengiriman barang pada konsumen. Adanya teknologi menjadi peluang baru bagi para pelaku usaha UMKM agar usaha yang dijalankannya tetap berlangsung.

Selain itu, konsumen/pelanggan yang didapatkan juga semakin meluas. Tidak hanya terbatas dalam kota saja, tetapi bahkan sampai lintas provinsi, lintas pulau hingga lintas negara. Kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini adalah digital marketing merupakan strategi yang tepat untuk digunakan oleh para pelaku usaha pada masa pandemi covid-19.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai upaya mengoptimalkan penjualan UMKM Lamban Kelor dijabarkan sebagai berikut:



1. Survei lokasi UMKM Lamban Kelor untuk melihat kondisi terkini kegiatan pemasaran, penjualan dan dukungan teknologi serta diskusi dengan Mitra terkait rancangan pelaksanaan teknis kegiatan-kegiatan selanjutnya;
2. Mempelajari system yang sedang berjalan, serta kendala yang dihadapi selama ini. Hal ini dilakukan untuk mengetahui dan mengidentifikasi dalam mengembangkan UMKM Lamban Kelor kedepan secara bertahap sesuai dengan kemampuannya.
3. Pendampingan proses bisnis dan aplikasi teknologi dengan pemanfaatan media sosial dalam melakukan pemasaran dan penjualan produk UMKM Lamban Kelor;
4. Monitoring dan evaluasi kegiatan melalui pembuatan tabel indikator capaian yang telah dirancang selama pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dimulai pada Bulan Januari - Maret 2022.

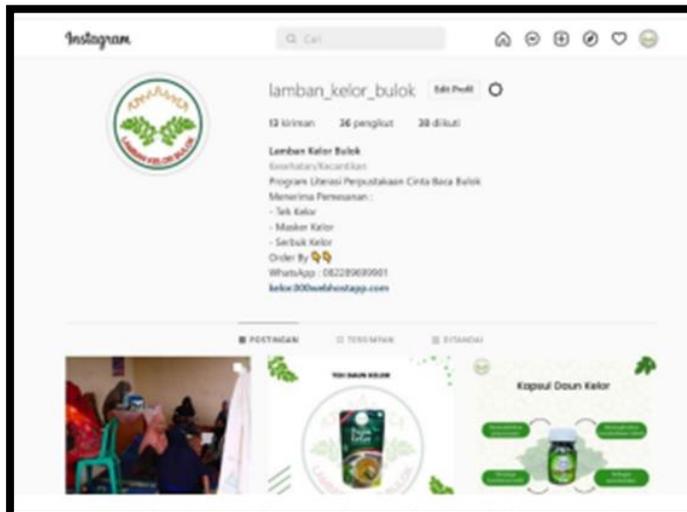
HASIL

UMKM Lamban Kelor Bulok berlokasi di Desa Bulok, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. UMKM Lamban Kelor dalam kegiatannya bergerak di bidang produksi pengolahan daun kelor menjadi serbuk kelor, kapsul kelor, juga ada beberapa makanan yang terbuat dari olahan daun kelor dan saat ini ditambah lagi dengan produk ekstrak daun sungkai. Hari pertama pelaksanaan pengabdian diawali dengan melakukan pengenalan lingkungan, observasi dan mempelajari system yang sedang berjalan pada UMKM Lamban Kelor Bulok, mulai dari lokasi produksi, outlet produk dan system penjualan produk.



Gambar 1.1 Lokasi UMKM Lamban Kelor Bulok

Berdasarkan hasil pengabdian yang dilakukan selama kurun waktu 1 Bulan penuh melakukan pendampingan terhadap UMKM, membawa dampak yang cukup signifikan, salah satu diantaranya adalah pemilik UMKM merasa terbantu dengan adanya pengetahuan tentang bagaimana penjualan yang dilakukan secara online khususnya menggunakan media sosial dan website serta model bisnis yang akan dikembangkan kedepannya. Salah satu media sosial seperti Instagram dapat diakses di @lamba_kelor_bulok dan berikut tampilan media sosial UMKM Lamban Kelor Bulok.



Gambar 1.2 Tampilan Instagram Lamban Kelor Bulok

Selain itu, inovasi lain yang dilakukan selama dalam pendampingan adalah inovasi terhadap kemasan produk, sehingga akan memberikan nilai lebih pada sebuah produk, dalam rangka menembus pasar modern dan pasar nasional.



Gambar 1.3 Desain Produk UMKM Lamban Kelor

DISKUSI

Upaya mendorong digitalisasi ekonomi akan ditopang oleh keberhasilan dalam mendorong UMKM nasional untuk memanfaatkan peluang dan manfaat dari tren digitalisasi (Laporan Perekonomian Indonesia, 2020). Dalam kaitan ini, bisnis proses UMKM juga harus bertransformasi menjadi lebih siap beradaptasi dengan era kenormalan baru ("New UMKM"). Akselerasi digitalisasi menjadi solusi untuk meningkatkan level baru UMKM Indonesia melalui perluasan akses pasar, pembiayaan, dan jaringan rantai pasok. Untuk mendukung hal tersebut, perlu adanya program kerja yang sinergis antara Perguruan Tinggi dan Pemerintah Daerah dalam upaya pendampingan UMKM secara terstruktur dan sistematis.

Pandemi Covid-19 sebagai kejadian luar biasa mendorong berbagai pihak salah satunya adalah Perguruan Tinggi untuk memberikan dukungan luar biasa untuk membantu penyelamatan dan pemulihan UMKM melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat.



Sementara itu, UMKM juga makin banyak yang menerapkan digitalisasi dan terus mengeksplor peluang dari digitalisasi dan mengadopsi model bisnis berbasis digital agar dapat tumbuh lebih tinggi. Perkembangan ekosistem digital telah menyediakan beragam model bisnis digital dari hulu ke hilir yang dapat diadopsi oleh UMKM. Digitalisasi memberikan peluang kepada UMKM untuk beradaptasi dan bertransformasi untuk bertahan, bangkit, dan tumbuh lebih tinggi lagi, disertai dengan peningkatan kapasitas, kualitas dan inovasi.

KESIMPULAN

Proses penjualan produk UMKM Lamban Kelor kebanyakan masih dilakukan secara konvensional dengan sistem sosialisasi. Oleh karena itu, dengan adanya program pengabdian kepada masyarakat melalui program pendampingan, maka hal ini dapat membantu UMKM Lamban Kelor untuk memaksimalkan penjualan dan mengurangi *promotion cost*, sehingga menghindari kerugian dalam jumlah besar. Selain itu dengan pemanfaatan media sosial secara optimal juga mampu mengurangi biaya pemasaran dengan waktu yang lebih efektif, sehingga berdampak pada meningkatnya jangkauan pasar dan penjualan produk.

Namun, untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, maka perlu adanya konsistensi dalam pemanfaatan media sosial dan inovasi produk seperti layanan komunikasi dua arah, selain itu juga penting memperispakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki kemampuan/kompetensi dalam mengelola media sosial agar pemasaran berjalan dengan baik.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih kami ucapkan kepada pihak yang telah mendukung terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat ini, terkhusus kami ucapkan kepada owner UMKM Lamban Kelor Bulok Bapak Pujo, yang telah berkenan sebagai mitra Kerjasama kegiatan Pengabdian Masyarakat, begitu juga Kepala Desa dan Masyarakat Desa Bulok, Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan atas dukungannya, Mahasiswa dan TIM Program Praktek Pengabdian Kepada Masyarakat serta Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Varela, Gonzalo J. (2015), Openness, Growth, and Productivity in Indonesia's Development Agenda, World Bank Policy Note 1.
- [2] Laporan Perekonomi Indonesia 2020. BAB VI "Trasformasi UMKM untuk pertumbuhan ekonomi yang inklusif". (Halaman 110).
- [3] Iriyanti, M. dan Azis, A.M. (2012), Barrier Factors and Potential Solutions for Indonesian SMEs. *Procedia Econ. Finance* 2012.
- [4] BPS, (2019), Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil, Analisis Hasil Sensus Ekonomi 2016.
- [5] KPBI Provinsi Lampung (2022), Hasil Laporan Perekonomian Provinsi Lampung, Triwulan IV 2021, Vol. 18 No.1
- [6] Rachmawaty, A. (2021). Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar. *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 8(1), 29-44.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN