

Pelatihan Pengembangan Paguyuban UMKM Bertransformasi Menjadi Digitalisasi Koperasi Produsen di Kota Surabaya

by Sulistyو Budi Utomo, Heru Suprihhadi Mega Arisia Dewi, In'am
Widiarma

Submission date: 18-Aug-2022 06:18AM (UTC+0300)

Submission ID: 1883787716

File name: Jurnal_ABDIRA.pdf (574.91K)

Word count: 2325

Character count: 14711



Pelatihan Pengembangan Paguyuban UMKM Bertransformasi Menjadi Digitalisasi Koperasi Produsen di Kota Surabaya

Sulistyo Budi Utomo¹, Heru Suprihadi², M¹⁰a Arisia Dewi³, In'am Widiarma⁴
Manajemen^{1,2,4}, Akuntansi³, STIESIA Surabaya
e-mail: sulistyo@stiesia.ac.id

Abstrak

Tujuan pengabdian ini bahwa adanya alternatif pendanaan yang pro kerakyatan yang memberdayakan ekonomi rakyat dan UMKM pada khususnya, maka peluang Koperasi yang dapat pemererat dasar kesamaan tujuan tersebut dengan kesejahteraan para anggotanya. Peranan akademisi dan praktisi sangat lah dibutuhkan dalam melakukan pendampingan UMKM mengingat secara data statistik bahwa jumlah pelaku UMKM yang semakin banyak dan diharapkan dapat meningkatkan kapasitas kemampuan maupun keahlian dalam segala bidang. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tidak hanya kurangnya pendampingan saja tetapi yang menjadi kendala utama adalah ketersediaan modal dan sulitnya akses pembiayaan dari lembaga keuangan. Hasil dari pengabdian yaitu mendapatkan kemudahan akses pendanaan dengan memperkuat fungsi kemajuan Koperasi yang modern dan mendukung UMKM bertransformasi mengikuti era digital yaitu menggunakan layanan digitalisasi agar sejalan dengan Revolusi Industri 4.0.

Kata Kunci: *akademisi, UMKM, koperasi*

Abstract

The purpose of this service is that there are pro-populist funding alternatives that empower the people's economy and MSMEs in particular, so it is an opportunity for cooperatives to strengthen the basis for the commonality of these goals with the welfare of their members. The role of academics and practitioners is very much needed in providing assistance to MSMEs considering that statistical data shows that the number of MSME actors is increasing and it is expected to increase their capacity and expertise in all fields. The problems faced by MSMEs are not only the lack of assistance, but the main obstacle is the availability of capital and the difficulty of accessing financing from financial institutions. The results of the service are getting easy access to funding by strengthening the function of modern cooperatives and supporting MSMEs to transform following the digital era, namely using digitalization services to be in line with the Industrial Revolution 4.0.

Keyword: *academics, MSME, cooperative*

PENDAHULUAN

⁵ Pelaku ekonomi adalah individu atau lembaga yang terlibat dalam proses kegiatan ekonomi seperti produksi, distribusi dan konsumsi. Peran pelaku usaha dalam kegiatan ekonomi sangat penting. Keterlibatan individu atau lembaga

yang dapat memanfaatkan sumber daya yang ada menjadi sesuatu yang produktif dan hasilnya dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini dianggap sebagai salah satu cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan, mampu menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran. Penelitian yang dilakukan oleh (Ilmiah et al., 2019) menyatakan bahwa sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat karena dapat menyerap tenaga kerja sehingga UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam menekan angka pengangguran dan kemiskinan. Kota Surabaya memiliki banyak potensi usaha dimana menjadi sumber mata pencaharian utama penduduk di sekitarnya, mulai dari industri makanan, industri kerajinan, industri konveksi, dan industri agrobisnis yang semuanya dapat berkembang pesat.

(Sukesti & Iriyanto, 2011) mengemukakan bahwa Perluasan pasar ekspor berimplikasi pada peningkatan pendapatan daerah dan banyak UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang berhasil menembus pasar ekspor dengan berbagai upaya, salah satu cara dengan menggandeng platform digital memperluas pemasaran online sehingga dapat mempermudah memasarkan produk UMKM ke luar negeri. Menurut Kepala Dept. UMKM dan Perlindungan Konsumen Bank Indonesia Budi Hanoto meyakini kinerja ekspor UMKM di Indonesia dapat di maksimalkan dengan terus menerus dengan melakukan inovasi produk dan sistem pemasaran yang tepat karena berkontribusi terhadap PDB mencapai 64% dan daya serap tenaga kerja di atas 70%.

Gejolak krisis ekonomi global pada tahun 1997-1998 dan 2008-2009 dengan mengakibatkan melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat tidak berpengaruh terhadap UMKM apalagi produksi bahan baku bersumber dari sumber daya lokal dan masyarakat setempat (Kristiyanti & Lisda Rahmasari, 2015). Para pelaku UMKM dapat tetap bertahan dan bahkan mampu menyumbangkan devisa. UMKM dianggap sebagai penyelamat ekonomi nasional karena tidak tergantung dari bantuan-bantuan luar negeri bahkan dapat hidup dipasar dalam negeri. Namun hal ini berubah seiring adanya pandemi COVID-19, dimana omzet penjualan produk UMKM mengalami penurunan yang signifikan sehingga menyebabkan menurunnya jumlah pendapatan yang diterima oleh UMKM, Hal ini menyebabkan perlunya kemampuan untuk mengelola dan mencatat transaksi keuangan secara cermat dan teliti sehingga usaha yang dijalankan tidak mengalami kerugian materiil yang besar ataupun gulung tikar di masa pandemi COVID-19 ini (Soetjipto, 2020).

Menurut (Suci et al., 2017), hampir semua usaha pasti terkendala oleh permodalan tak terkecuali UMKM yang tergolong memiliki modal yang kecil maka tak luput dari kurangnya sumber daya yaitu pendanaan, banyak sekali saat ini sumber pendanaan terhadap modal kerja usaha namun hanya beberapa sumber pendanaan saja yang pro rakyat dan berbasis ekonomi kerakyatan contoh koperasi yang berlandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan

ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan, lembaga berbadan hukum simpan pinjam yang mensejahterakan anggotanya. Selama ini sekitar 126.000 koperasi di Indonesia telah menopang usaha anggotanya yang mayoritas adalah UMKM yang lemah dalam banyak aspek.

Menurut (Siregar, 2020) Prinsip koperasi di Indonesia terdiri dari: keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka, pengelolaan dilakukan secara demokratis, pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota, pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal dan kemandirian. Pada kerjasama Dekopinda Kota Surabaya ini turut mendukung program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) salah satunya adalah pemerintah telah menyiapkan dana sebesar Rp186,81 triliun untuk dukungan kepada koperasi dan UMKM dalam program PEN 2021, dana itu dikucurkan berupa subsidi bunga UMKM sebesar Rp31,95 triliun dan Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) sebesar Rp17,34 triliun (Ambarwati & Hidayati, 2021). Kemudian ada Program Pendampingan Digital Marketing sehingga UMKM mau tidak mau di tuntun untuk berbisnis menggunakan layanan digital atau online apalagi di masa pandemi COVID-19 saat ini dengan menggunakan online dapat memutus mata rantai virus COVID-19 yang dapat menyebar luas.

METODE

Bentuk kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pelatihan dengan secara tatap muka dengan tetap mengacu aturan protokol kesehatan di masa pandemi pada anggota UMKM di wilayah Surabaya Kota dengan memberikan pengetahuan pemasaran secara digital, strategi pemasaran, pencatata laporan keuangan sederhana dan manajemen koperasi di masa pandemi COVID-19. Kegiatan PKM ini akan dilaksanakan pada:

Hari/ Tanggal : 4 Desember 2021
Jam : 09.15 WIB - selesai
Tempat : di Kota Surabaya
Peserta : Anggota Paguyuban UMKM

17 Metode : menguraikan cara yang digunakan untuk menyelesaikan masalah. Contoh metode : a) Pendidikan Masyarakat, misalnya penyuluhan yang bertujuan meningkatkan pemahaman serta kesadaran, b) Difusi Ipteks, misalnya kegiatan yang menghasilkan produk bagi kelompok sasaran, c) Pelatihan, misalnya kegiatan yang disertai dengan demonstrasi atau percontohan untuk menghasilkan keterampilan tertentu, d) Mediasi, misalnya kegiatan yang menunjukkan pelaksana PKM sebagai mediator dalam menyelesaikan masalah yang ada dalam masyarakat, e) Advokasi, misalnya kegiatan yang berupa pendampingan terhadap kelompok sasaran dan d) Koperasi memberikan pendanaan yang secara mudah untuk menunjang usaha UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum program pengabdian kepada masyarakat dirancang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya untuk memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat dalam mengembangkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat Indonesia. Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kegiatan yang bertujuan membantu para pelaku UMKM di Kota Surabaya dalam menerapkan strategi bisnis yang tentunya dapat digunakan di masa pandemi COVID-19 (Hardilawati, 2020). Rincian hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mulai awal hingga akhir pelaksanaan kegiatan dijabarkan pada Tabel sebagai berikut:

Hasil Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan	Keterangan
Koordinasi Tim PkM & Pihak UMKM	<ul style="list-style-type: none"> - Kegiatan PKM ini diawali dengan koordinasi tim PKM (4 dosen & 2 mahasiswa). - Setelah itu perwakilan tim PKM (Sulistyo Budi Utomo, B.B.A., MA.Ec., Ph.D) melakukan koordinasi dengan pihak UMKM terkait rencana PKM sehubungan dengan adanya permintaan pihak UMKM kepada STIESIA untuk menjadi narasumber pelatihan pada anggota UMKM yang lainnya.
Identifikasi Permasalahan	<ul style="list-style-type: none"> - Mengadakan survey terhadap mitra PkM dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra PKM.
Koordinasi Mitra dan Tim PkM	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan koordinasi terkait teknis pelaksanaan PKM <i>offline</i> dan <i>online</i> yang akan dilakukan.
Persiapan Materi	<ul style="list-style-type: none"> - Dosen menyiapkan materi untuk pelatihan.
Persiapan Tim PkM	<ul style="list-style-type: none"> - Dosen melakukan koordinasi terkait kesiapan pelaksanaan PKM. - Memberi pengarahan kepada mahasiswa untuk mencatat dan mendokumentasi pelaksanaan PKM <i>offline</i> dan <i>online</i>.
Persiapan mitra	<ul style="list-style-type: none"> - Persiapan dengan mitra dilakukan melalui daring, yaitu membentuk grup <i>whatsapp</i> dan melakukan <i>video call</i> dengan mitra/peserta pelatihan, untuk memastikan bahwa peserta sudah memahami teknis pelaksanaan PkM <i>offline</i> dan <i>online</i>/daring yang akan dilakukan.
Persiapan Teknis Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> - Teknis pelaksanaan Pelatihan <i>offline</i> sebagai berikut: Mengundang para anggota UMKM (berjumlah 23 orang) untuk menghadiri kegiatan pelatihan di WarungUpnormal. - Teknis pelaksanaan Pendampingan <i>online</i>/daring sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> a) Membagi peserta <i>video call</i> menjadi 4 grup, masing-masing berisi 4 anggota b) Saling bertukar grup untuk mendapatkan pendampingan yang berbeda (sesuai materi pelatihan) dari masing-masing dosen.

Pelaksanaan PKM (Pelatihan & Pendampingan)	- Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara <i>offline</i> /tatap muka langsung. Peserta yang hadir diminta mengisi daftar hadir terlebih dahulu oleh panitia, kemudian peserta diberi fotocopy materi dan konsumsi. Setelah semua peserta hadir, kegiatan pelatihan dimulai dan diakhiri
	dengan tanya jawab seputar materi pelatihan. Dalam kegiatan pelatihan ini juga disampaikan mengenai kegiatan pendampingan yang akan dilakukan. Materi pelatihan yang diberikan ada lima yaitu: 1. Pengetahuan tentang digital marketing 2. Strategi pemasaran 3. Pencatatan pembukuan sederhana 4. Koperasi untuk UMKM 5. Akses Permodalan dari Koperasi - Pelaksanaan Pendampingan melalui grup <i>whatsapp</i> & <i>video call</i> . Pertama, tim PKM dan mitra menyepakati hari dan jam untuk dilakukan kegiatan pendampingan melalui grup <i>whatsapp</i> , kemudian dilakukan pendampingan melalui <i>video call</i> .
Penutupan	- Pembubaran <i>whatsapp grup</i> PkM dengan memberikan kesimpulan serta pesan dan kesan oleh peserta dan tim PkM. - Untuk selanjutnya mitra tetap diperbolehkan mengirim pesan melalui <i>whatsapp</i> pribadi jika ada permasalahan yang ingin didiskusikan.

Pada kegiatan pelatihan, peserta mendapatkan materi tentang strategi bisnis untuk meningkatkan omzet penjualan pada UMKM dan pencatatan pembukuan sederhana pada UMKM di Kota Surabaya. Peserta antusias bertanya terutama pada materi pengetahuan tentang digital marketing sebab peserta merasa ingin menguasai lebih mendalam terkait materi ini. Sebagian peserta juga menyampaikan bahwa mereka masih malas melakukan promosi melalui sosial media karena merasa bahwa usaha milik sendiri dan bukan usaha utama (hanya sampingan).

Sedangkan pada kegiatan pendampingan PKM (secara daring) para peserta diberi pendampingan lebih mendalam terkait pelatihan yang sudah dilakukan. Saat pendampingan ini para peserta/pemilik UMKM menyampaikan berbagai permasalahan terkait usaha mereka. Selain memang dampak pandemi COVID-19, permasalahan lain yang dihadapi peserta antara lain:

- a. Semakin banyak bermunculan UMKM dan usaha baru lain di sekitar sehingga persaingan semakin ketat. Hal ini karena harga dan jenis produk/barang-barang yang ditawarkan relatif sama antar UMKM. Para pemilik UMKM ini tidak mampu menjual dengan harga yang lebih rendah lagi (Tulus, 2020). Sebab jika ingin menjual dengan harga rendah mereka harus membeli dalam jumlah banyak dan hal ini belum bisa dilakukan karena kendala modal usaha.
- b. Munculnya pesaing dadakan yang menjual produk yang hampir sama seperti makanan, minuman, baju, dll di rumah/di pinggir jalan

- juga menjadi permasalahan dalam UMKM.
- c. Sebagian pemilik UMKM sudah menerapkan pesan antar barang ke pelanggan, namun ada sebagian lagi yang belum bisa melayani pesan antar karena kendala jarak, biaya transportasi dan SDM (Krisnawati, 2018).
 - d. Sebagian pemilik UMKM belum ada kesadaran dari dalam diri untuk melakukan pencatatan barang dan transaksi keuangan secara berkelanjutan, bahkan ada yang belum melakukan pencatatan transaksi keuangan sama sekali.
 - e. Sudah punya alat untuk *scan barcode*, tetapi terkadang tidak semua pembelian dilakukan melalui alat *scan* ini karena beberapa konsumen tidak mau menunggu/kurang sabar.

Sebagian pemilik usaha tidak ada pembukuan. Pernah membuat pembukuan sederhana dengan arus kas masuk dan keluar, kemudian karena tidak ada waktu sehingga tidak mencatat lagi. Kedepannya ingin ada kesempatan mencatat dan ingin membeli alat *barcode* sehingga otomatis mengetahui stok persediaan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pemilik UMKM telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana. Kegiatan ini memberikan manfaat bagi para anggota paguyuban UMKM di Kota Surabaya. Selain ilmu yang diberikan oleh para narasumber, tim pengabdian masyarakat juga memberikan beberapa solusi mengenai permasalahan-permasalahan yang telah dihadapi oleh para peserta, dengan itu terjadi suatu komunikasi yang baik antara pihak penyelenggara kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan para pemilik UMKM yang ada di Kota Surabaya. Kegiatan ini diharapkan dapat memiliki kelanjutan, sehingga anggota paguyuban UMKM di Kota Surabaya yang didampingi STIESIA Surabaya bisa bertambah. Diharapkan ilmu dan solusi yang diberikan oleh pihak narasumber dapat dijadikan acuan untuk menjalankan strategi bisnis yang terbaik pada setiap UMKM. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan suatu relasi baru bagi pemilik UMKM dengan Dekopinda Kota Surabaya untuk membantu kelangsungan bisnis UMKM terkait dengan masalah akses permodalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, D., & Hidayati, N. (2021). *YUME : Journal of Management Efektivitas Pemberian Bantuan Langsung Tunai dan Pendampingan Digital Marketing Dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Nasional*. 4(3), 553-561. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i1.1192>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89-98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Ilmiah, J., Sumber, M., Manusia, D., Ekonomi, P., Desa, M., Kecamatan, K., Tangerang, K., Industri, M., Banteng, J., Sari, D. W., Fakultas, D., Dan, K.,

- Pendidikan, L, Pamulang, U., & Jamu, I. (2019). *Jurnal Ilmiah, Manajemen Sumber Daya Manusia*. 2(3), 323–333.
- Krisnawati, D. (2018). *Peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi UMKM di indonesia (Studi kasus: UMKM kuliner tanpa restaurant 'kepiting nyinyir')*. 6(1), 2338–4794.
- Kristiyanti, & Lisda Rahmasari, S. (2015). Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang. *Juni*, 13(2), 186.
- Siregar, A. P. (2020). Kinerja Koperasi Di Indonesia. *Vigor: Jurnal Ilmu Pertanian Tropika Dan Subtropika*, 5(1), 31–38. <https://doi.org/10.31002/vigor.v5i1.2416>
- Soetjipto, N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19. In *Penerbit K-Media*.
- Suci, Y. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*.
- Sukesti, F., & Iriyanto, S. (2011). Pemberdayaan UKM : Meningkatkan Komoditas Unggulan Ekspor UKM Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Daerah (Studi pada UKM di Jawa Tengah). *Seminar Nasional Ilmu Ekonomi Terapan*, 86–92.
- Tulus, T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. PT Penerbit IPB Press.

Pelatihan Pengembangan Paguyuban UMKM Bertransformasi Menjadi Digitalisasi Koperasi Produsen di Kota Surabaya

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** Ika Widiastuti, Pandu Adi Cakranegara. "Strategies to Increase Income for Small and Medium Micro Businesses in the Middle of Pandemic COVID-19 in Mojokerto", Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2021
Publication 1%
- 2** repository.unigal.ac.id
Internet Source 1%
- 3** Nicodias Palasara, Anna Mukhayaroh, Adelia Alvi Yana, Juarni Siregar, Ani Yoraeni. "Pelatihan Membuat dan Mempercantik Blog Untuk Remaja Pada Karang Taruna Katana 22 Bekasi", Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat UBJ, 2021
Publication 1%
- 4** buahtangankhas.blogspot.com
Internet Source 1%
- 5** solusiaccurate.com
Internet Source 1%

6	blog.umy.ac.id Internet Source	1 %
7	rendirizkiu17.wordpress.com Internet Source	1 %
8	fr.scribd.com Internet Source	<1 %
9	stdjelm.scienceandtechnology.com.vn Internet Source	<1 %
10	Ulfah Setia Iswara, Teguh Gunawan Setyabudi. "The Influence Of Profitability And Structure Of Ownership On Company Value With Dividend Policy As An Intervening Variable", Jurnal Akuntansi Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK), 2020 Publication	<1 %
11	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %
12	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
13	finance.detik.com Internet Source	<1 %
14	issuu.com Internet Source	<1 %
15	jurnal.stie-aas.ac.id Internet Source	<1 %

16	kabar-terhangat.blogspot.com Internet Source	<1 %
17	econference.stikesmukla.ac.id Internet Source	<1 %
18	eprints.umg.ac.id Internet Source	<1 %
19	pesquisa.bvsalud.org Internet Source	<1 %
20	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
21	repository.lppm.unila.ac.id Internet Source	<1 %
22	www.liputan6.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On