

Tantangan dan Strategi Bisnis UMKM di Situasi Pandemi

**Purwanti¹, Mita Sonaria², Sunarto³, Elfreda Aplonia Lau⁴, Eko Saputro⁵, Andi M⁶,
Syahrul Ramadhan⁷, Catherina Monica⁸, Qurotul Aini⁹**

University of 17 Agustus 1945 Samarinda
Jl. Ir. H. Juanda No. 80, 75124, Indonesia
Email : Purwantimanajemen2012@gmail.com
*Corresponding author : **Purwanti**

ABSTRAK

Kreativitas dan inovasi yang dilakukan oleh UMKM adalah sangat penting pada era pandemic sekarang ini. Misalnya penjualan secara online dengan memanfaatkan gadget dan media social untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat terutama dalam hal pemasaran produk. Indikator keberhasilan dari kegiatan ini adalah ditunjukkan dengan adanya sikap antusiasme peserta dalam melakukan kegiatan webinar ini dan banyaknya peserta yang mengikuti webinar ini. Peserta berhasil termotivasi dengan materi yang ada dengan adanya ide-ide kreatif yang baru yang akan di implementasikan untuk usaha mereka di masa yang akan datang. Dengan adanya ide-ide kreatif akan membuka peluang besar untuk bangkit menyikapi kondisi pandemic menjadi wirausaha mandiri, dimana tetap terpenuhi kehidupan pribadinya tetapi juga memenuhi kebutuhan pasar serta adanya pemberdayaan masyarakat dengan adanya pengembangan usaha tersebut.

Kata kunci : pandemic, wira usaha, kreatif

PENDAHULUAN

Dalam perekonomian Indonesia, UMKM adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi, UMKM artinya memiliki peran penting. Maka dari itu, sudah menjadi keharusan untuk melakukan penguatan kelompok Usaha Mikro, kecil dan menengah yang melibatkan banyak kelompok.

Salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini telah terbukti kehandalannya dalam menunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha kecil yang sering disebut UMKM (usaha kecil dan menengah). Terlebih disaat ekonomi dunia dan perekonomian negara Indonesia mengalami resesi, justru pelaku UMKM sedikitpun tidak menampakkan gejala atau efek negatif resesi ekonomi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku UMKM tetap eksis dalam kegiatan usahanya dalam menunjang perekonomian negara kita. Hal ini sudah diakui ketangguhannya melalui kegiatan seminar, lokakarya bahkan kegiatan ilmiah lain di bidang akademisi. Peran industri kecil yang didalamnya terdapat pelaku UMKM

tidak kecil dalam mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah. Uniknya peningkatan penerimaan sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri skala kecil tempat pelaku UMKM bernaung. UMKM berperan sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat, pemenuhan barang dan jasa, penciptaan lapangan pekerjaan, serta peningkatan nilai tambah sehingga menurunkan angka kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi.

UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Jadi apa itu perbedaan dalam UMKM? Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan. Salah satu keunggulan yang utama adalah kemudahan dalam mengadopsi inovasi dalam bisnis, terutama dalam bidang teknologi. Selain kemudahan aplikasi teknologi, keunggulan dalam faktor hubungan antar karyawan karena lingkungannya lebih kecil, dan fleksibilitas untuk menyesuaikan bisnis dengan kondisi pasar yang dinamis. Pandemi Covid-19 mengubah perilaku Konsumen dan Peta Kompetisi Bisnis yang perlu diantisipasi oleh para pelaku usaha akibat adanya pembatasan kegiatan. Konsumen lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital. Sedangkan perubahan lanskap industri dan peta kompetisi baru ditandai dengan empat karakteristik bisnis yaitu Hygiene, Low-Touch, Less-Crowd, dan Low-Mobility. Perusahaan yang sukses di era pandemi merupakan perusahaan yang dapat beradaptasi dengan 4 karakteristik tersebut. Dengan begitu, pelaku usaha termasuk UMKM perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pandemi covid -19 yang melanda seluruh dunia yang mengharuskan masyarakat untuk melakukan social distancing dan penerapan PPKM menambah daftar permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM. Pembatasan berskala besar mempunyai dampak yang cukup baik dalam waktu relatif lama berdampak positif disegi kesehatan, penurunan penyebaran khususnya di Ibukota Jakarta mulai dirasakan, namun hal ini berbanding terbalik terbalik pada sektor perekonomian. Sejumlah besar tenaga kerja harus kehilangan pekerjaan, pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terutama berskala mikro tak lagi memiliki modal untuk usaha,

penutupan UMKM sebagai dampak tak langsung dari pembatasan berskala besar dan stay at home membuat UKM terpuruk karena tidak dapat melakukan usaha dan modal terpakai untuk keperluan sehari-hari. Tetapi ini dapat kita jadikan momentum yang sangat tepat bagi pelaku UMKM untuk menata pengelolaan keuangan, memanfaatkan teknologi digital dalam transaksi keuangan, memberikan wawasan berkaitan dengan resiliensi pelaku umkm di masa pandemi dan memasarkan produknya dengan menggunakan media social agar para pelaku UMKM dapat bertahan dan bersaing di tengah pandemi Covid-19. Kesulitan yang dialami oleh UMKM selama pandemi itu terbagi dalam empat masalah:

1. Terjadi penurunan penjualan karena berkurangnya aktifitas masyarakat di luar sebagai pelaku konsumen.
2. Kesulitan dalam permodalan karena tingkat penjualan yang menurun sehingga perputaran modal yang sulit.
3. Adanya pembatasan pergerakan penyaluran produk di wilayah-wilayah tertentu menjadi hambatan pada distribusi produk.
4. Karena menggantungkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain membuat UMKM kesulitan (Sugiri D. , 2020).

Menurut Halim, (2020), adapun ciri-ciri UMKM adalah menggunakan teknologi sederhana atau maNual sehingga mudah dilakukan alih teknologi, bahan baku mudah diperolehnya, memiliki keterampilan dasar umumnya didapat secara turun temurun, peluang pasar cukup luas, bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, sebagian besar produknya dipasarkan di pasar lokal atau domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk diekspor (Halim, 2020). Menurut Feni Dwi Anggraeni & Hayat (2018) pada Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c pengembangan dalam bidang sumber daya manusia dilakukan dengan cara: a. memberdayakan kewirausahaan b. meningkatkan keterampilan secara teknis agar suatu usaha bisa berkembang dengan baik. c. Membuat pelatihan tentang UMKM agar bisa motivasi kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru. Pasal 1 Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Sudati, 2019) adalah:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun
4. tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil dan menengah.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Pertama, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000.
- b. Kedua, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 sampai paling banyak Rp500.000.000 tidak termasuk tanah dan

bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan 9 lebih dari Rp300.000.000 sampai paling banyak Rp2.500.000.000.

- c. Ketiga, Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis berdasarkan banyaknya jumlah pekerja, yaitu: 1. Usaha Mikro memiliki jumlah karyawan 10 orang; 2. Usaha Kecil memiliki jumlah karyawan 30 orang); dan Usaha Menengah memiliki jumlah karyawan hingga 300 orang.

Pemerintah telah mendukung dengan berbagai kebijakan sehingga memudahkan bagi para UMKM untuk mengembangkan potensi pasarnya. Beberapa hal perlu mendapatkan perhatian dalam upaya pengembangan UMKM yaitu peningkatan kualitas manajemen dan pemahaman tentang penerapan teknologi serta pengelolaan keuangan (Komalasari, 2016).

Potensi UMKM hingga sejauh ini, belum cukup tergarap dengan maksimal, sebaliknya banyak pelaku kegiatan UMKM (pemilik) justru sering mengalami masalah internal sehingga sulit untuk berkembang dan bersaing baik antara sesama UMKM maupun dengan dengan produsen besar. Masalah pengelolaan keuangan merupakan salah satu masalah yang sering ditemui di dalam UMKM. Umumnya, pelaku kegiatan UMKM memulai usaha mereka dengan bermodal nekat tanpa dibekali dengan rencana pemodalan jangka panjang maupun kemampuan dan pengetahuan manajerial yang dibutuhkan dalam berwirausaha. Beberapa masalah pengelolaan keuangan umum yang sering dijumpai pada UMKM antara lain adalah:

1. Kemampuan manajerial, keberanian dalam mengambil keputusan dan mengkalkulasi resiko
2. Pemasaran yang masih kurang efektif

3. Belum memiliki perencanaan strategis
4. Masih tercampurnya keuangan pribadi pemilik dengan keuangan usaha
5. Penentuan harga produk sering dilakukan secara sederhana dan intuitif , tanpa menghitung biaya yang telah dikeluarkan secara cermat
6. Buruknya metode pencatatan transaksi yang dilakukan
7. Kurangnya pengetahuan mengenai pencatatan keuangan dan pengelolaan keuangan (akuntansi)

Pelaksanaan webinar ini membantu pelaku UMKM untuk mempelajari cara menjaga keberlangsungan bisnis di tengah pandemic dengan memanfaatkan penjualan secara daring, meningkatkan pengetahuan dalam pengelolaan keuangan dan harus lebih kreatif dan berinovasi dalam menciptakan produknya, serta diharapkan menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi para mahasiswa.

METODE

a. Waktu dan Tempat Kegiatan

Waktu pelaksanaan kegiatan webinar UMKM ini pada hari Sabtu , 11 September 2021, pukul 09:00 WITA sampai dengan Selesai. Dilaksanakan dengan menggunakan aplikasi zoom. Adapun peserta kegiatan ini yaitu pelaku UMKM, umum dan mahasiswa khususnya jurusan Akuntansi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda. Penyelenggara kegiatan webinar ini adalah Himpunan Mahasiswa Akuntansi.

b. Metode Pelaksanaan

- 1) Ceramah
- 2) Tanya jawab (diskusi)

c. Tahapan pelaksanaan kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut:

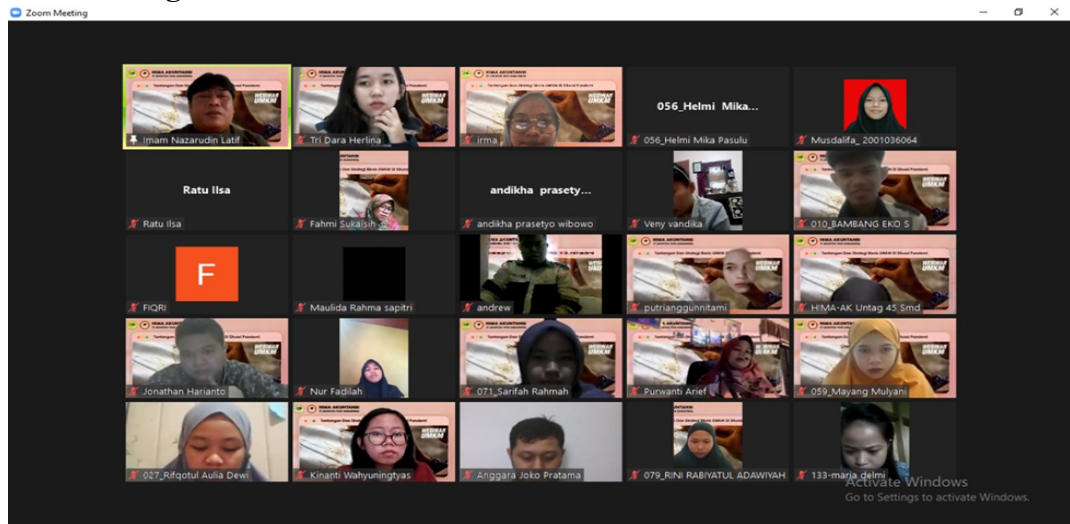
1. Koordinasi Awal

Dilakukan untuk memastikan potensi prioritas yang dimiliki para mahasiswa dan umum

2. Persiapan merencanakan waktu dan menyiapkan materi yang akan disampaikan oleh nara sumber berkaitan dengan UMKM

3. Pelaksanaan melakukan webinar dengan materi pemasaran digital dalam rangka meningkatkan penjualan produk dari UMKM dimasa pandemic dan materi berkaitan dengan manajemen keuangan serta mencari HPP dilanjutkan dengan diskusi dan sharing kepada peserta webinar.

d. Dokumentasi Kegiatan



Dokumentasi webinar UMKM



Dokumentasi webinar UMKM



Fliyer kegiatan webinar UMKM

e. Susunan Acara Kegiatan

Hari/Tgl	Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab
Sabtu, 4/9/2021	09.00-09.15	Pembukaan	Registrasi + MC
	09.15-09.20	Doa	Andika
	09.20-09.25	Menyanyikan lagu Indonesia raya	MC
	09.25- 09.35	Sambutan sekaligus Laporan ketua panitia	Andi .M. Syahrul
	09.35-09.45	Sambutan ketua Himpunan Mahasiswa Akuntansi	Bambang Eko Saputro
	09.45-09.55	Sambutan Dekan Fakultas Ekonomi Atau Yang Mewakili	Dr. Imam Nazarudin Latif, SE, M.Si., Akt., CA
	09.55-10.00	Sesi foto bersama	Moderator
	10.00-11.00	Materi webinar 1	Mita Sonaria, S.E, M.E
	12.00-13.00	Materi webinar 2	Apt. Anggara Joko Pratama, S. Farm
13.00-Selesai	Penutup	MC	

PEMBAHASAN

Pada kegiatan webinar berkaitan dengan UMKM ini terdapat dua orang nara sumber, yaitu ibu Mita Sonaria SE., ME dan bapak Apt. Anggara Joko Pratama, S. Farm. Nara sumber pertama menyampaikan materi berkaitan dengan manajemen keuangan dan cara menentukan HPP (harga pokok penjualan) pada sebuah usaha kuliner dan juga menyampaikan bentuk laporan keuangan sederhana bagi UMKM. Laporan Keuangan merupakan hal terpenting dalam menjalankan suatu usaha baik yang berskala mikro, kecil, menengah maupun yang berskala besar, dimana melalui laporan keuangan yang benar, akurat dan berstandar, informasi secara lengkap mengenai suatu usaha dapat diketahui dan dinilai secara jelas, dari laporan keuangan juga berfungsi sebagai sumber informasi

Webinar ini memberikan pemahaman kepada para peserta UMKM dan mahasiswa Untag Samarinda mengenai pemahaman mengenai wirausaha dan juga membangun *entrepreneurial spirit*. Menurut Ciputra (2011) *entrepreneurial spirit* terdiri dari minat (*passion*), mandiri (*independent*), peka terhadap pasar (*market sensitivity*), mengkalkulasi resiko yang akan diambil (*calculated risk taker*), mampu berpikir kreatif dan inovatif (*creative & innovative*), gigih (*persistence*) dan memiliki etika dalam berwirausaha (*high ethical standart*).

Nara sumber kedua selanjutnya membahas tentang hal teknis yang berhubungan dengan peningkatan kemampuan berpromosi melalui social media. Para pelaku UMKM diajarkan mengenai cara efektif dalam memasarkan produknya menggunakan social media. Pelatihan pada sesi ketiga membahas mengenai strategi pemasaran yang efektif mulai dari memberikan nama merek yang menarik sehingga mudah di ingat oleh konsumen serta memberikan pemahaman bagi pelaku UMKM untuk membuat kemasan yang sesuai standar, dengan kemasan yang baik maka akan membuat kualitas dari produk terjaga dan membuat daya tarik bagi para konsumen.

KESIMPULAN

Program menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM agar menjadi UMKM yang tangguh dan mandiri adalah hal yang sangat penting. Pada saat pandemic sekarang ini para pelaku UMKM membutuhkan kreativitas dan inovasi yang tinggi agar mampu bertahan di masa pandemic yang sedang dihadapi. Oleh karena pentingnya hal tersebut maka mahasiswa Fakultas

Ekonomi Jurusan Akuntansi mengadakan Webinar ini bekerjasama dengan para dosen dan pelaku UMKM untuk memberikan ide, pengalaman yang berkaitan dengan strategi pelaku UMKM agar dapat bertahan dan tetap dapat mengembangkan usahanya di masa pandemic.

Harapan dengan dilaksanakannya kegiatan ini bermanfaat bagi para pelaku UMKM guna meningkatkan kemampuan manajerial, tata kelola keuangan dan menumbuhkan kreativitas bagi UMKM dan mahasiswa . Para peserta diharapkan memiliki entrepreneurial spirit dan entrepreneurial mindset serta membagi peran antara keluarga dan usaha. Kemudian para peserta mampu mengaplikasikan pemasaran yang efektif dengan penggunaan social media dan social chatting untuk promosi produknya dan memberikan nama merek yang mudah di ingat serta menjaga kualitas produk dengan membuat kemasan yang sesuai dengan standar. Dengan adanya webinar ini para UMKM dapat membuat laporan keuangan yang baik dan benar serta memahami prosedur dalam program yang dikeluarkan oleh berbagai pihak dalam proses pendanaan dan pembiayaan bagi pelaku UMKM. Webinar ini nantinya dapat berlanjut sehingga proses knowledge transfer dapat berjalan dengan baik dan pelaku UMKM bukan hanya di lingkungan Samarinda saja melainkan dapat menjangkau seluruh UMKM yang ada di wilayah Kalimantan Timur.

SARAN

Webinar berkaitan dengan UMKM perlu dilaksanakan kembali sebagai tindak lanjut dari webinar yang pertama agar para peserta UMKM dan mahasiswa yang mengikuti kegiatan tersebut dapat memperoleh hasil dan maksimal serta mengundang peserta UMKM dengan cakupan yang lebih luas lagi agar pemahaman berkaitan dengan pelaporan keuangan dan pemasaran dapat lebih optimal diterapkan oleh para UMKM serta dapat melahirkan entrepreneur-entrepreneur muda yang tangguh baik dari masyarakat umum maupun dari kalangan mahasiswa .

DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia dan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, “*Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*”, (Jakarta: Bank Indonesia, 2015), h. 13-15

- Abdul Halim. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* Volume 1, No. 2
- Ciputra. (2011). *Ciputra Quantum Leap 2*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Feni Dwi Anggraeni, I. H., & Hayat, A. (2018). Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (studi kasus pada kelompok usaha emping jagung di kelurahan pandanwangi kecamatan blimbing, kota malang) . *Jurnal adminitrasi publik*.
- Komalasari, L. (2016). Problem UMKM Dalam Pengembangan Usaha: Studi Pada UMKM di Desa Mulyoarjo, Malang. *Jurnal Sospol*, 2(2)
- Sudati, H. E. (2019). UMKM Sebagai pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 3-4.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*.