

Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat
23 Oktober 2021, Hal. 450-455
e-ISSN: 2686-2964

Strategi peningkatan pengembangan usaha “toko bangunan 3 in one” di tengah pandemi covid-19

Firsty Ramadhona Amalia Lubis, Lestari Sukarniati, Nurul Azizah Az zakiyyah
Universitas Ahmad Dahlan, Jalan Kapas No 9 Semaki Umbulharjo Yogyakarta
firsty.ramadhona@ep.uad.ac.id

ABSTRAK

UMKM di Indonesia merupakan salah satu penyokong perekonomian. Seperti diketahui bahwa UMKM di Indonesia memiliki jumlah yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar. Toko Bangunan 3 in One merupakan salah satu bentuk UMKM yang ada di Indonesia. permasalahan yang timbul setelah adanya pandemi Covid 19 yang sudah berjalan hampir 1 tahun menyebabkan merosotnya laba dan pengurangan karyawan. Pengabdian masyarakat dilaksanakan di Toko Bangunan 3 in One Kelurahan Haduyang Lampung Selatan pengabdian dilaksanakan secara *Online* dan *Offline*. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 4 tahapan, menggunakan metode yaitu metode sosialisasi, metode pelatihan dan metode pendampingan. Sosialisasi pelatihan dan pendampingan bertujuan untuk memberikan wawasan kepada mitra. Setelah kegiatan pengabdian berlangsung hasil *pos test* menunjukkan bahwa peserta sudah mulai memahami metode dan strategi pengembangan usaha dengan melakukan analisis terhadap kondisi usaha yang sedang berlangsung

Kata kunci : UMKM, pengelolaan keuangan, akses pembiayaan

PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 sudah berlangsung sejak awal tahun 2020. Dalam sektor ekonomi masa pandemi covid-19 ini berpengaruh pada tingkat konsumsi masyarakat, tingkat konsumsi yang rendah mengakibatkan turunnya pendapatan rill nasional sehingga tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi lesu. Katadata Insight Center melaporkan data penelitian dari para responden (pelaku usaha) yang terdampak covid-19, ada perubahan omzet usaha akibat dampak pandemi covid-19. Dimana sebanyak 63,9 persen para pelaku usaha mendapati penurunan omzet usaha lebih dari 30% dan sebesar 31,7 persen para pelaku usaha mendapati penurunan kurang dari 30%. Sebanyak 2,2 persen yang mengalami kenaikan omzet kurang dari 30% dan terdapat 1,6 persen yang mendapati peningkatan omzet usaha lebih dari 30%. Dan sisanya, terdapat 0,6 persen yang tidak mendapati perubahan signifikan terkait omzet usahanya.

UMKM di Indonesia merupakan salah satu penyokong perekonomian. Seperti diketahui bahwa UMKM di Indonesia memiliki jumlah yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar. Tidak seperti negara-negara yang memiliki industri maju yang perekonomiannya digerakkan oleh perusahaan yang berskala besar, namun di Indonesia malah sebaliknya. Maka sangat penting dan menjadi prioritas utama bahwa pemerintah Indonesia harus dapat membuat sektor UMKM menjadi bergairah untuk dapat berkompetisi dengan UMKM dari negara lain yang sudah mulai memasuki era MEA (Rosita, 2017).

Pemberdayaan UMKM merupakan ranah yang penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional (Ukkas, 2017). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dan

strategis dalam perekonomian di Indonesia. Peran penting UMKM tidak hanya berarti bagi pertumbuhan di kota – kota besar tetapi berarti juga bagi pertumbuhan ekonomi di pedesaan (Hamid & Ikkal, 2017).

Penelitian Chaerani Dkk, (2020). Mengidentifikasi bagaimana kondisi UMKM terkait pandemi Covid-19 dengan menggunakan Analisis Sosial Media. Hasil yang diperoleh setelah dilakukan survei, mayoritas pelaku usaha mendapatkan efek negatif akibat pandemi. Dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari penelusuran berbagai media social dengan kombinasi penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa pada masa pandemi terjadi penurunan penjualan dan adanya kendala manajemen serta produksi.

Banyak pelaku usaha kecil yang menjadi bagian dari kekacauan perekonomian akibat krisis Covid-19 dengan menutup usaha untuk sementara waktu sebagai upaya menyalakan kendala arus kas perusahaan yang terus berjalan (Baker & Judge, 2020). Saat ini UMKM mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan PHK buruh, hal ini menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. UMKM sebagai penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja tengah menghadapi penurunan produktivitas yang berakibat pada penurunan profit secara signifikan.

Rudiantoro (2012) menjelaskan kebanyakan dari UMKM hanya mencatat jumlah uang yang diterima dan dikeluarkan dan jumlah piutang atau hutang. permasalahan ini kemungkinan dipengaruhi oleh *self efficacy* yang meliputi: tingkat pendidikan, kondisi lingkungan masyarakat, dan kualitas angkatan kerja (Purnomo, 2010). Untuk mengatasi permasalahan UMKM. strategi yang dapat ditempuh dalam upaya mengembangkan kelompok masyarakat/UMKM diantaranya: menyediakan bantuan teknis melalui pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan usaha melalui program kemitraan (Wanda, 2013)

Kemenkop UKM (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah) bahwa terdapat 8 juta UMKM di Indonesia telah menggunakan media online dalam pemasaran produk. Pada jumlah angka UMKM yang bergerak dalam media online tersebut terhitung 13 persen dari total usaha yang beroperasi di Indonesia. kelemahan-kelemahan usaha kecil menengah adalah intensitas perubahan usaha sering terjadi sehingga sulit untuk membangun spesialisasi atau profesionalisme usaha, ketidakstabilan mutu produk dan adanya sifat yang cenderung ingin mencari keuntungan jangka pendek sehingga spekulatif, tiru-meniru, situasi persaingan mengarah pada persaingan tidak sehat yang dapat merugikan usaha dalam jangka panjang.

Toko Bangunan 3 In One merupakan salah satu bentuk UMKM yang ada di Wilayah Kecamatan Natar Lampung Selatan. Adanya pandemi Covid 19 menyebabkan ketidakstabilan usaha, ditambah dengan kebijakan yang tidak tegas dari sisi pemerintah menyebabkan kondisi perekonomian semakin terganggu. Hampir 1 tahun setelah berlangsungnya pandemi Covid 19 menyebabkan penurunan laba yang sangat signifikan.

Berdasarkan hasil prasurvei awal teridentifikasi bahwa secara umum terdapat banyak masalah yang timbul diakibatkan Pandemi Covid 19. Meskipun telah dikelola lebih dari sepuluh tahun, namun goncangan yang diakibatkan pandemi sangatlah berdampak serius bagi keberlanjutan usaha. Tercatat dari hasil laporan usaha Laba Rugi bahwa toko Bangunan 3 In One mengalami penurunan laba sebesar hampir 60% dari tahun sebelumnya. Akibatnya pemilik harus mengurangi karyawan yang bekerja. Sebelumnya terdapat 7 karyawan tetap yang bekerja tetapi, setelah adanya pandemi hanya ada 4 karyawan tetap. Pengabdian ini juga memiliki permasalahan dalam hal pengembangan usaha, kurangnya promosi yang dilakukan dalam pengembangan usaha. Ketiga daya beli masyarakat yang menurun mengakibatkan masyarakat cenderung lebih memilih kebutuhan primer dibanding tersier. Sehingga sisi tersier sangat terpengaruh seperti kebutuhan dalam belanja keperluan alat bangunan. Dengan melihat masalah yang terjadi saat ini maka perlu diperhatikan maka pelaksana ingin

melakukan kegiatan pengabdian masyarakat Strategi Peningkatan Pengembangan Usaha Toko Bangunan “3 In One” di Tengah Kondisi Pandemi Covid-19

METODE

Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan strategi pengembangan usaha, memperkenalkan promosi berbasis online, penyusunan laporan keuangan berbasis excel dan android, serta sosialisasi akses pembiayaan usaha agar nilai jual dari pelaku usaha UMKM meningkat. Beberapa tahapan yang dilakukan oleh tim adalah:

Wawancara dengan Pemilik Toko Bangunan 3 In One

Tim melakukan wawancara mendalam dengan pemilik usaha toko bangunan 3 in One untuk mengetahui kondisi usaha dan dapat memberikan solusi yang tepat kepada pemilik usaha. Tim informasi tentang kebutuhan pemilik usaha dan mengatasi berbagai aspek permasalahan yang dihadapi. Setelah mengidentifikasi permasalahan, tim kembali melakukan diskusi terkait teknis pelatihan dan jumlah peserta pelatihan mengingat dalam kondisi pandemi semua kegiatan terdapat aturan sesuai dengan kapasitas ruangan.

Formulasi Model Bisnis Toko Bangunan

Toko bangunan 3 In One merupakan salah satu bentuk UMKM yang berada di lingkungan masyarakat. Pandemi Covid 19 menyebabkan ketidakstabilan usaha, ditambah dengan kebijakan yang tidak tegas dari sisi pemerintah menyebabkan kondisi usaha semakin terganggu

Tim memberikan sosialisasi terkait dengan Formulasi Model Bisnis Toko Bangunan. Termasuk di dalamnya peningkatan kestabilan usaha, strategi bisnis dan pengelolaan usaha di tengah kondisi pandemi

Promosi Online

Mitra dalam pengabdian ini juga memiliki permasalahan dalam hal pengembangan usaha, kurangnya promosi yang dilakukan dalam pengembangan usaha.

Tim memberikan sosialisasi promosi produk penjualan toko bangunan 3 in One secara online. Memberikan pelatihan dalam penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana dalam kegiatan promosi yang dapat dilakukan secara online.

Pembukuan dan Perencanaan Keuangan UMKM

Masalah yang dihadapi oleh pemilik usaha juga adalah terkait pembukuan dan perencanaan keuangan. Pemilik usaha masih menjalankan usahanya secara tradisional tanpa memperhatikan aspek arus keuangannya sehingga kesulitan mendeteksi bahwa bulan ini mendapatkan keuntungannya secara pasti.

Tim memberikan pelatihan dan pendampingan dalam mencatat pembukuan dari arus keuangan usaha, diharapkan jika pemilik usaha memiliki pembukuan dan perencanaan keuangan yang rapi dapat mengukur kemampuan pemilik usaha dalam melakukan penetrasi pasar. Pembukuan dan perencanaan keuangan pemilik usaha memiliki manfaat yang besar bagi keberlangsungan pemilik usaha.

Strategi Pengajuan Kredit atau Pembiayaan

Saat ini, pemilik usaha masih bersifat *Unbankable*. Sulit bagi pemilik usaha yang *unbankable* untuk dapat meningkatkan aktivitas produksi maupun usahanya. Sosialisasi dilakukan untuk mengukur kekuatan pemilik dalam mengajukan kredit / pembiayaan agar tidak

terjerumus dalam kesulitan setelah mengajukan kredit. Sosialisasi juga menyorot kepada materi terkait dengan ketaatan dalam pembayaran angsuran agar tidak masuk SLIK OJK.

Selain sosialisasi informasi pembiayaan, informasi juga mengarah kepada akses pembiayaan non-bank seperti pengadaian, modal ventura dll. Informasi juga mengarah kepada menjadi mitra BUMN agar mendapatkan dana CSR. Selain itu memberikan informasi terkini mengenai bantuan apa saja yang dapat diakses oleh pemilik usaha selama pandemi agar pemilik usaha dapat bertahan.

Partisipasi

Dalam hal ini terdapat 2 kelompok. Kelompok A adalah Tim pengabdian dan kelompok B adalah Mitra Pengabdian yaitu toko bangunan 3 In One. Tim A bekerja sama dengan Tim B dalam melaksanakan program dan Tim B memberikan fasilitas berupa ruangan, informasi ke UMKM dan penunjang lainnya. Pelatihan diadakan dalam 4 kali pertemuan yaitu pada tanggal 2 Juni 2021, 7 Juni 2021, 8 Juli 2021 dan terakhir 9 Agustus 2021.

Setelah diadakan pelatihan, Tim memberikan informasi mengenai pendampingan, dan pemilik usaha mengajukan permintaan pendampingan sesuai dengan program pelatihan. Saat pendampingan TIM terjun langsung ke pemilik usaha untuk melihat aktivitas usaha secara keseluruhan.

Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi pelaksanaan program dilaksanakan dengan membandingkan keadaan mitra sebelum dan sesudah program dilaksanakan. Adapun evaluasi program yang dilakukan memiliki tujuan untuk membandingkan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing mitra sebelum dan setelah pelaksanaan program, dan menemukan solusi terhadap hambatan yang dihadapi selama pelaksanaan program

Pengabdian ini menggunakan metode penyuluhan, pelatihan dan pendampingan serta analisis hasil sebelum dan sesudah program/kegiatan. Tim melakukan prasurey awal untuk menentukan pemilik usaha yang akan menjadi obyek pengabdian masyarakat dan bersedia menjadi mitra pengabdian. Pelatihan pada pengabdian ini adalah untuk mengenalkan bagaimana caranya tentang sistem pengembangan bisnis. Sedangkan, sosialisasi meliputi sistem pemasaran yang tepat, akses pembiayaan dan peningkatan pencatatan keuangan. Kegiatan sosialisasi akan melibatkan 2 orang mahasiswa sebagai *supporting staff*. Dengan melibatkan mahasiswa diharapkan mereka memperoleh kesempatan untuk belajar mengamati dunia nyata dalam rangka memperdalam mata kuliah Manajemen Keuangan.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Sosialisasi Formulasi Model Bisnis Toko Bangunan

Sosialisasi pengabdian memperhatikan informasi terkini serta imbauan dan instruksi Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah terkait Covid-19 di wilayahnya, berdasarkan hasil prasurey awal teridentifikasi bahwa secara umum terdapat banyak masalah yang timbul diakibatkan Pandemi Covid 19. Meskipun telah dikelola lebih dari sepuluh tahun, namun guncangan yang diakibatkan pandemi sangatlah berdampak serius bagi keberlanjutan usaha. Tim pengabdian memberikan sosialisasi terkait dengan formulasi bisnis yang dikaitkan dengan memberikan cara untuk melakukan analisis terlebih dahulu pada kondisi keuangan usaha yang dijalankan. Analisis terkait dengan konsumen yang selama ini menjadi pelanggan usaha juga dilakukan agar perusahaan bisa menentukan target pengembangan toko yang akan dilakukan. Efisiensi pegawai perlu dilakukan di masa pandemic namun dengan melakukan pengetatan terhadap kondisi keuangan usaha jumlah pemotongan pegawai dapat di minimalisir.

Sosialisasi Strategi Promosi Online

Tercatat dari hasil laporan usaha Laba Rugi bahwa toko Bangunan 3 In One mengalami penurunan laba sebesar hampir 60% dari tahun sebelumnya. Akibatnya pemilik harus mengurangi karyawan yang bekerja. Sebelumnya terdapat 7 karyawan tetap yang bekerja tetapi, setelah adanya pandemi hanya ada 4 karyawan tetap. Pengabdian ini juga memiliki permasalahan dalam hal pengembangan usaha, kurangnya promosi yang dilakukan dalam pengembangan usaha. Ketiga daya beli masyarakat yang menurun mengakibatkan masyarakat cenderung lebih memilih kebutuhan primer dibanding tersier. Sehingga sisi tersier sangat terpengaruh seperti kebutuhan dalam belanja keperluan. Sesudah dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat, mitra akan melakukan sebuah inovasi, misal mengubah segmen usaha dari konsumen, atau menyesuaikan dengan keadaan pandemi saat ini. Salah satu contohnya dengan melakukan pemasaran Online dengan mendaftarkan toko bangunan '3 In One' ke berbagai platform *E-Commerce* online yang ada. Memberikan pelatihan strategi pemasaran yang dapat dilakukan pada masa pandemi, supaya bisa tetap mempertahankan bisnis. Dengan melihat masalah yang terjadi saat ini maka perlu diperhatikan maka pelaksana ingin melakukan kegiatan pengabdian masyarakat Strategi Peningkatan Pengembangan Usaha Toko Bangunan "3 In One" di Tengah Kondisi Pandemi Covid-19.

Sosialisasi Penyusunan Laporan Keuangan

Berdasarkan hasil observasi dengan peserta pelatihan bahwa hampir 99% peserta belum memiliki pembukuan dan perencanaan keuangan. Administrasi keuangan yang digunakan masih sangat tradisional, yaitu tidak ada pencatatan keuangan masuk dan keluar dan tidak ada buku khusus yang digunakan untuk arus keuangan. Tim memberikan sosialisasi dan pelatihan dalam perbaikan administrasi keuangan dengan memberikan pelatihan penyusunan laporan keuangan dalam pembukuan usaha toko bangunan. Pengelolaan keuangan yang baik dan transparan memerlukan pengetahuan dan keterampilan. Faktor yang mempengaruhi sulitnya penerapan pembukuan atau pembuatan laporan keuangan diantaranya faktor internal yaitu ketidapahaman mengenai tata cara penyusunan laporan keuangan, ketidaktahuan anggota mengenai manfaat melaksanakan pencatatan keuangan, ketidakdisiplinan dalam melaksanakan pencatatan keuangan, kekurangan SDM dalam melakukan pencatatan keuangan, serta ketidaksiapan sarana dan prasarana seperti komputer untuk mendukung pembuatan laporan keuangan. Faktor eksternal kendala sulit diterapkannya praktek pembukuan yaitu tidak adanya pengawasan, kurangnya fasilitator atau pendampingan dalam membuat laporan keuangan (Wijayanti, Suratman, Sugiyanto. 2010)

Sosialisasi Strategi dan Sumber Pembiayaan

Berdasarkan diskusi singkat dengan pemilik usaha diketahui bahwa pemilik usaha belum memiliki informasi terkait dengan akses akses pembiayaan baik yang bisa didapatkan dari pihak swasta maupun yang disediakan oleh pemerintah. Akses akses pembiayaan untuk UMKM yang selama ini disediakan oleh pemerintah dapat digunakan oleh pemilik usaha untuk mengajukan pembiayaan sehingga dapat mengembangkan usaha yang dilakukannya. Tim pengabdian memberikan sosialisasi daftar akses pembiayaan yang tersedia sekaligus memberikan sosialisasi cara mengakses fasilitas tersebut agar pemilik usaha menggunakan akses yang aman dan terdaftar di OJK. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan perekonomian sehingga perlu lebih diperhatikan karena mengemban misi menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan berusaha, melestarikan budaya, dan mendukung ekspor nasional (Goso & Bachri, 2016)

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah program pengembangan usaha dengan melalui penerapan manajemen operasional usaha yang sesuai dengan kondisi keuangan usaha dan strategi pemasaran ditengah pandemic covid19. Pemilik usaha sebagai pelaku UMKM memiliki potensi untuk tetap dapat berkembang dan meningkatkan kegiatan usahanya dengan

mengakses berbagai pembiayaan dan fasilitas strategi sehingga mampu mempertahankan kegiatan usahanya

Melalui kegiatan sosialisasi strategi pengembangan kegiatan usaha maka pemilik usaha mampu mengaplikasikan strategi pengembangan usaha, manajemen pembukuan sederhana, promosi online serta mengakses pembiayaan untuk usahanya secara mandiri.

UCAPAN TERIMAKASIH

- 1). LPPM Universitas Ahmad Dahlan
- 2). Toko Bangunan 3 In One,
- 3). Pihak-pihak yang berkontribusi secara langsung

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, T., & Judge, K. (2020). How to Help Small Businesses Survive COVID-19. In *LAW IN THE TIME OF COVID-19*, Vol. 620.
- Chaerani, Dkk. 2020 . Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, Vol 9, No 4
- Goso, Samsul Bachri, (2016), *IMPLEMENTASI PEMBERDAYAAN USAHA EKONOMI MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*, Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palolpo, Vol. 2, No.1. pp. 1-10.
- Hamid, R. S., & Iqbal, M. (2017), Analisis Dampak Kepercayaan pada Penggunaan Media Pemasaran Online (E-Commerce) yang Diadopsi oleh UMKM: Perspektif Model DeLone & McLean, *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 16 No. 3, pp. 310- 337.
- Rusdiantoro, Rizki. Siregar. 2012. Kualitas Laporan Keuangan UMKM Serta Prospek Implementasi SAK ETAP. *Jurnal Akutansi Dan Keuangan Indonesia*. Vol, 9. No.1
- Rosita, Kusasih, Isyanto. 2017. Science And Technology For Society Management Improvement For Development SME. *JPPM*. Vol 1, No1.
- Ukkas, I. (2017), Strategi dan Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), *BERKEMAJUAN: JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT*, Vol. 1 No. 1, pp. 24-27.
- Purnomo, Ratno. Lestari. 2010. Pengaruh Kepribadian, Self-Efficiency, Dan Locus Of Control Terhadap Presepsi Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Vol 17. No 2. Hal 144-160
- Wanda M. Widyani. 2013. Pentingnya pola Kemitraan dalam Meningkatkan Peran Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Jawa Timur Periode 2006- 2011. Universitas Surabaya. *Jurnal Calyptra Volume 2 Nomor 2*.
- Wijayanti, Suratman, Sugiyanto. 2010. Sosialisasi Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan SAK EMKM Pada Anggota Komunitas Ketrampilan Perempuan Tlogosari Di Kelurahan Tlogosari Kulon Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Magistrorum Et Scholarium*. Volume 01 No.1 Agustus, pp 149-159.