

Digitalisasi dan Aktualisasi Pemberdayaan UMKM Masyarakat Desa Kertamulya di Masa Pandemi Covid-19

Irsyad Mizan¹, Muhamad Aji Harries Sahidan², Salsabiila Syafa Pratiwi³, Zakia Ridhatilla Risydayani⁴.

¹ Fisika, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
e-mail: irsyadmizan5@gmail.com

² Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
e-mail: ajiidan5@gmail.com

³ Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Gunung Djati Bandung; e-mail: syafasalsabiila5@gmail.com

⁴ Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
e-mail: aridhatilla19@gmail.com

Abstrak

Dimasa pandemi Covid-19 ini banyak sekali kendala yang di hadapi masyarakat umum, tak terkecuali Desa Kertamulya yang terletak di Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat, terkhususnya UMKM di Desa Kertamulya. Banyak bisnis muda yang gulung tikar dan terpaksa tutup karena peraturan pemerintah yaitu PPKM yang mengharuskan masyarakat berdiam diri di rumah dan toko-toko di tutup terpaksa selama masa PPKM darurat yang berlangsung dua minggu dan terus di perpanjang hingga pembuatan artikel berlangsung. Hal ini berakibat terhadap menurunnya pendapatan dan tidak terjadinya proses transaksi jual beli seperti sebelum masa pandemi. Metode penelitian yang dilakukan untuk membuat kegiatan GO-UMKM ini menggunakan metodologi Pendampingan dan pemberdayaan yang salah satu bagian dari metode participation Action Research (PAR), adapun kegiatan yang dilakukan adalah pengedukasian pelaku UMKM dalam meningkatkan keterampilan dan mengembangkan usahanya dengan teknik digital. UMKM yang telah diakurasi oleh mahasiswa yaitu barang antik yang berada di daerah Situ Saeur dan Capcin Ala Ningrat yang berada di Rancabali pada tanggal 26 Agustus 2021. Setelah melakukan observasi dan wawancara, kami pun melakukan program digitalisasi guna meningkatkan efektifitas dan transaksi penjualan pelaku UMKM dengan produk dari PT. Yukbisnis Indonesia yaitu yubi.id. Dimana yubi.id ini merupakan kartu nama virtual yang berfungsi untuk menggabungkan berbagai link dan menyimpannya di berbagai flatfrom.

Kata Kunci: *UMKM, Desa Kertamulya, Pengabdian, GO-UMKM, Covid-19, Yubi.id.*

Abstract

During this Covid-19 pandemic, there are many obstacles faced by the general public, including Kertamulya Village which is located in Padalarang

District, West Bandung Regency, especially UMKM in Kertamulya Village, many young businesses have gone out of business and were forced to close due to presidential regulations, namely PPKM which requires people stay at home and shops are forced to close during the emergency PPKM period which lasts for two weeks and continues to be extended until the writing of articles takes place, this results in a decrease in turnover and no buying and selling transaction processes like before the pandemic period. The research method used to make GO-UMKM activities use methodologies in the form of Mentoring and empowerment is one part of the participation Action Research (PAR) method, while the activities carried out are educating UMKM actors in improving skills and developing their businesses with digital techniques. UMKM that have been accurate by students are antiques located in the Situ Saeur and Capcin Ala Ningrat areas in Rancabali on August 26, 2021. After conducting observations and interviews, we also carried out a digitalization program to increase the effectiveness and sales transactions of UMKM actors with products from PT. Yukbisnis Indonesia, namely yubi.id. Where yubi.id is a virtual business card that functions to combine various links and store them in various flatfroms.

Keywords: *UMKM, Kertamulya Village, Service, GO-UMKM, Covid-19, Yubi.id.*

A. PENDAHULUAN

Desa Kertamulya adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat. Desa Kertamulya merupakan pemekaran dari Desa Simpang secara formal menjadi desa tersendiri sejak tahun 1975 (Yusuf, 2018). Berdirinya Desa Kertamulya ini merupakan sesuatu proses panjang dari keinginan kolektif masyarakat desa yang berada di kawasan desa, hal tersebut disebabkan oleh alasan logis yang pertama, kawasan desa yang terlalu luas untuk ukuran desa yaitu luas wilayah sawah 305,781 Ha dan darat 133,526 Ha. Kedua, konsentrasi penduduk yang terbagi-bagi di wilayah timur dan barat, sementara pusat pemerintahan ada di wilayah barat. Hal ini menyebabkan adanya kesulitan bagi warga yang ada kepentingan ke desa yang jaraknya terlalu jauh. Ketiga, jumlah penduduk dan kelembagaan RT atau RW yang telah melebihi kuota yaitu dengan jumlah populasi yaitu 21.640 orang (Disdukcapil.KBB 2019).

Hasil studi lapangan pada UMKM di Kabupaten Bandung Barat menunjukkan bahwa salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi oleh UMKM adalah tekanan-tekanan persaingan, baik di pasar domestik dari produk-produk serupa buatan luar negeri dan impor, maupun di pasar ekspor (Hadiana & Putra, 2018). Perkembangan UMKM yang meningkat dalam segi kuantitas belum diimbangi oleh peningkatan kualitas UMKM (Ginancar & Ratmoko, 2016). Di masa pandemi Covid-19 ini banyak sekali kendala yang dihadapi masyarakat umum,

tak terkecuali masyarakat Desa Kertamulya yang terletak di Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat, terkhususnya UMKM di Desa Kertamulya. Banyak bisnis muda yang gulung tikar dan terpaksa tutup karena peraturan pemerintah yaitu PPKM yang mengharuskan masyarakat berdiam diri di rumah selama masa PPKM darurat yang berlangsung dua minggu dan terus di perpanjang hingga pembuatan artikel berlangsung. Hal ini berakibat terhadap menurunnya omzet dan tidak terjadinya proses transaksi jual beli seperti sebelum masa pandemi. Penyebab penurunan omzet pelaku UMKM, yang meliputi 63% disebabkan oleh daya beli konsumen menurun, 46% konsumen takut membeli disertai adanya aturan PPKM, dan 42% adanya aturan jam operasional toko (Soetjipto, 2020).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM diketahui bahwa sektor UMKM ikut terguncang selama adanya pandemi Covid-19 (Sugiri, 2020). Hal ini dikarenakan UMKM menempati posisi strategis dalam perekonomian secara umum sehingga banyak yang menutup usaha sementara waktu dan bahkan banyak juga yang mengalami kendala pada arus kas (Sugiri, 2020). Seiring dengan kondisi tersebut pemerintah sedang berupaya untuk menjadikan sistem kebijakan ekonomi industri dan kreatif demi mengimbangi guncangan yang terjadi pada sistem permodalan, produksi dan sistem penjualan sebagai akibat dari terhambatnya aktivitas distribusi pada wilayah-wilayah tertentu.

Pada bidang perekonomian dan tata usaha, semua jenis usaha yang beraneka ragam, dan kreativitas masyarakat Indonesia sudah sepatutnya kita satukan semua komponen tersebut menjadi suatu kesatuan untuk dapat bersaing menghadapi Revolusi Industri 4.0 yang kian dinamis dan dramatis (Bakhri & Futiah, 2020). Pemasaran melalui pemanfaatan teknologi digital atau yang biasa disebut sebagai digital marketing dapat membantu pelaku usaha dalam hal mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka tanpa adanya batasan jarak, waktu dan cara komunikasi. Oleh karena itu kami selaku mahasiswa yang melakukan pengabdian di Desa Kertamulya melihat fenomena ini terjadi di tengah masyarakat dan melihat kegelisahan ini berinisiatif dan berusaha membantu mengembangkan dan memaksimalkan kegiatan usaha di Desa Kertamulya. Dengan menghadirkan program digitalisasi dan aktualisasi guna meningkatkan penjualan dan keberlangsungan perekonomian yang stabil di tengah masyarakat Desa Kertamulya.

Strategi ini mungkin dapat meningkatkan penghasilan, namun kendala strategi tersebut adalah pelaku UMKM yang belum memahami cara pemasaran produk secara digital, mulai dari foto produk, perancangan untuk iklan, hingga publikasi produk di platform digital (Yulianingsih et al., 2021).

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan Go UMKM (pembuatan platform kartu nama virtual dan toko online gratis) guna memperlancar dan memudahkan para pelaku UMKM dalam segi berjualan dalam masa pandemi. Pada penelitian lain yang telah dilakukan pada sebuah UMKM, hasil dari search engine optimization yang

dilakukan pemilik terhadap toko online-nya membuah hasil berupa meningkatkan jumlah penjualan dan pesanan order jaket hingga ke pasar Internasional. Hal ini dikarenakan website toko online www.pesanjaketonline.com terindex di mesin pencari Google di halaman pertama (Satibi et al., 2017)

B. METODOLOGI PENGABDIAN

PAR merupakan penelitian tindakan kegiatan sebagai hasil dari proses penelitian, yaitu penelitian yang diawali dengan merencanakan, melakukan tindakan atau aksi, dan evaluasi dari hasil tindakan. Proses penelitian tersebut merupakan tindakan dalam memahami dan mengubah praktik sosial serta melibatkan praktisi pada tahap-tahap penelitian (Soedjiwo, 2019).

Dalam penelitian jenis PAR ini baik peneliti maupun pelaku UMKM adalah partisipan. Pelaku UMKM tidak hanya dipandang sebagai suatu objek melainkan sebagai subjek atau pelaku karena harus ikut terjun langsung untuk menyelesaikan masalah yang ada. Begitu juga dengan peneliti yang tidak hanya sekedar melakukan observasi melainkan melakukan upaya dan mendorong partisipasi pelaku *Hand-made* agar mau melakukan tindakan perubahan (Achadiyah, 2019).

Ada empat tema dasar dalam PAR, yaitu kolaborasi melalui partisipasi, mendapat pengetahuan, dan perubahan sosial. Sedangkan 5 proses tersebut diperoleh melalui siklus penelitian tindakan dari empat tahapan, yaitu perencanaan, tindakan, pengamatan dan refleksi.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode untuk rencana kegiatan GO-UMKM ini ialah dengan cara melakukan pendampingan. Pendampingan adalah sebuah alat yang banyak dipergunakan dalam sebuah kegiatan pemberdayaan masyarakat sebagai salah satu cara membantu mengembangkan dan mewujudkan tujuan individu maupun kelompok masyarakat.

Pendampingan dan pemberdayaan merupakan salah satu bagian dari metode *Participation Action Research* (PAR) yang artinya Partisipasi, riset dan aksi. Yang berarti hasil riset yang dilakukan secara partisipatif kemudian diimplementasikan dalam sebuah aksi.

Dalam pelaksanaannya menggunakan empat tahapan penelitian yaitu, identifikasi masalah, perencanaan tindakan, pelaksanaan tindakan, dan refleksi hasil tindakan (Hanurawan, 2012).

Identifikasi masalah dan perencanaan tindakan dilakukan langsung dengan pelaku UMKM sebagai suatu proses analisis kebutuhan akan perubahan dan pengembangan terkait masalah yang didiskusikan. Pelaksanaan dilakukan langsung dengan membuat kartu digital pada laman Yubi.id. Terakhir adalah refleksi dan evaluasi hasil tindakan guna melakukan suatu penilaian dan perancangan ulang.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM yang telah diakurasi oleh mahasiswa yaitu Warung barang antik yang berada di daerah Situ Saeur dan Capcin Ala Ningrat yang berada di Rancabali.

Pada tahap 1 dalam kegiatan pendampingan dilakukan dengan cara pendahuluan, yaitu partisipatif dimulai dengan pendekatan agar terbentuknya sebuah keterbukaan, dukungan dan keterlibatan masyarakat. Pendekatan ini dilakukan dengan melakukan sebuah dialog secara terbuka terkait permasalahan UMKM dalam mengembangkan usaha di masa pandemi Covid 19. Dalam kegiatan ini dapat diketahui kondisi permasalahan UMKM warung barang antik yaitu belum memiliki manajemen penjualan online secara baik dan hanya mengandalkan penjualan konvensional. Sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan toko tersebut dan sulitnya transaksi untuk jarak jauh, karena pihak toko hanya memiliki toko secara offline. Dan permasalahan di UMKM Capcin Ala Ningrat yaitu sejak tahun 2017 sudah mulai menurun karena di akibatkan oleh beberapa faktor yaitu bermunculannya kompetitor yang memiliki usaha yang sama dengan brand yang berbeda, kurangnya penjualan secara online sehingga penjualan menurun.



Gambar 1. Kunjungan UMKM Capcin Ala Ningrat



Gambar 2. Kunjungan UMKM Toko barang antik

Pada tahap 2, mahasiswa melakukan sebuah perencanaan dengan memberikan sebuah edukasi mengenai yubi.id yang merupakan sebuah platform digital untuk strategi pemasaran secara online.

Pada tahap 3, setelah mahasiswa memberikan edukasi mengenai yubi.id mahasiswa memberikan tutorial mendaftaryubi.id dan langsung di praktikan, supaya para UMKM tidak kebingungan cara mendaftar yubi.id.

Pada tahap 4, yang telah diakurasi oleh mahasiswa yaitu barang antik yang berada di daerah Situ Saeur dan Capcin Ala Ningrat yang berada di Rancabali. Pada tanggal 26 Agustus 2021 mahasiswa mengunjungi UMKM barang antik. Usaha tersebut merupakan toko barang antik yang menjual berbagai macam benda langka dan termasuk toko terlengkap dan banyak dicari dari berbagai daerah. Benda yang dijual seperti pisau terdahulu, cincin akik, tongkat kayu, dan lain-lain. Usaha tersebut sudah berdiri lebih dari 5 tahun. Hanya saja, toko tersebut belum memiliki manajemen penjualan online secara baik dan hanya mengandalkan penjualan konvensional. Sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan toko tersebut dan sulitnya transaksi untuk jarak jauh, karena pihak toko hanya memiliki toko secara offline. Maka dari itu mahasiswa berinisiatif menawarkan dan memberikan edukasi mengenai yubi.id untuk memudahkan cara pemesanan jarak jauh.



Gambar 3. Platform Yubi.id

Sedangkan pada tanggal 27 Agustus mahasiswa juga mengunjungi UMKM yang berada di daerah rancabali yaitu Capcin Ala Ningrat, UMKM tersebut sudah berdiri sejak tahun 2013 dengan owner bernama Bapak Imam Mukson dan Ibu Ratna Ningsih yaitu pasangan suami istri asal Padalarang. Capcin Ala Ningrat memiliki keunggulan dengan cita rasa yang unik sehingga sangat diminati oleh semua umur. Dengan memiliki kurang lebih ratusan cabang (franchise) yang tersebar di seluruh Indonesia. Namun sejak tahun 2017 sudah mulai menurun karena di akibatkan oleh beberapa faktor yaitu bermunculannya kompetitor yang memiliki usaha yang sama dengan brand yang berbeda, kurangnya penjualan secara online sehingga penjualan menurun. Melihat dari problem tersebut mahasiswa berinisiatif untuk memberikan edukasi mengenai yubi.id yang merupakan kartu digital yang berisikan link nomor WA, Marketplace, Instagram juga Google maps, agar UMKM tersebut bisa kembali meningkat dari segi penjualan dan menyebarkan lagi franchise ke seluruh Indonesia.

Setelah memberikan edukasi mengenai yubi.id mahasiswa memberikan tutorial mendaftar yubi.id dan langsung di praktikan, supaya para UMKM tidak kebingungan cara mendaftar yubi.id.

E. PENUTUP

Kegiatan ini merupakan kegiatan mahasiswa yang berusaha melakukan pengabdian kepada masyarakat terlebih dimasa pandemi ini banyak mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya, terutama pelaku usaha UMKM, terlebih dalam masa PPKM ini banyak pengusaha yang mengalami kendala dalam proses jual beli. Oleh karena itu mahasiswa berupaya mencari solusi dalam kendala tersebut berupa pendampingan pembuatan kartu digital virtual untuk memaksimalkan promosi dan marketing pelaku UMKM, terutama UMKM Capcin dan UMKM barang antik khususnya di Desa Kertamulya ini, setelah kami melakukan digitalisasi UMKM tersebut terlihat peningkatan pemberdayaan dalam UMKM. Semoga kedepannya dengan hadirnya kartu virtual dari program KKN 318 UIN mendapatkan keberkahan.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kepda Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan hidayat-Nya kami dapat menyelesaikan artikel ilmiah KKN DR Sisdamas ini hingga selesai. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Kami ingin berterimakasih kepada:

Ibu Heny Mulyani, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Lapangan KKN DR Sisdamas, atas bimbingan dan dukungannya, Bapak Farhan Fauzi, S.Kom selaku

Kepala Desa Kertamulya, atas bimbingan dan dukungannya, teman-teman Kelompok KKN DR Sisdamas 318 yang telah ikut berkontribusi terhadap kegiatan ini, dan kepada pihak-pihak yang telah membantu dan menjadi sumber informasi selama kegiatan KKN DR Sisdamas sehingga kami dapat menyelesaikan Artikel ilmiah ini. Kami menyadari bahwa artikel ini masih belum sempurna. Karena kami juga masih dalam proses pembelajaran. Oleh karena itu, kami mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat. Semoga artikel ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Achadiyah, B. N. (2019). Otomatisasi Pencatatan Akuntansi Pada Umkm. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(1). <https://doi.org/10.18202/jamal.2019.04.10011>
- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(2), 59. <https://doi.org/10.32493/jls.v2i2.p59-70>
- Ginanjari, Y., & Ratmoko, K. (2016). Perencanaan Strategis Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat dalam Penguatan Kapasitas UMKM untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Dinamika Global*, 1(02), 103–122. <https://doi.org/10.36859/jdg.v1i02.23>
- Hadiana, A. I., & Putra, E. K. (2018). Model Search Engine Optimization bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bandung Barat. *JUMANJI (Jurnal Masyarakat Informatika Unjani)*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.26874/jumanji.v2i1.19>
- Hanurawan, F. (2012). Qualitative research in psychology. *Journal of Educational, Health and Community Psychology*, 1(184), 120--132. <https://www.neliti.com/publications/24788/qualitative-research-in-psychology>
- Satibi, A. F., Suharyono, & Abdillah, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Search Engine Optimalization Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UKM di Pasar Internasional (Studi Kasus Pada CV. Ayung Sportindo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(6), 96–105. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2085>
- Soedjiwo, N. ade fredyarni. (2019). IMPLEMENTASI MATA KULIAH PAR (PARTICIPATORY ACTION RESEARCH) DI TPQ AL-MAGFIROH DENPASAR BALI. *Widya Balina*, 4, 9--19. <http://www.journal.staidenpasar.ac.id/index.php/wb/article/view/36>
- Soetjipto, H. N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur melintasi pandemi covid-19. *K-Media*. <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/73/>
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>

Yulianingsih, W., Roesminingsih, M. V., & Andayani, I. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa. <http://journal2.um.ac.id/index.php/JPN/article/view/20221>

Yusuf, R. R. (2018). KEHIDUPAN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT SEKITAR KAWASAN INDUSTRI DI CIMAREME PADA TAHUN 1997-2015. <http://repository.upi.edu/35223/>

[Chicago Manual of Style 17th edition \(full note\)](#)

INLINE CITATION John L. Campbell and Ove K. Pedersen, "The Varieties of Capitalism and Hybrid Success," *Comparative Political Studies* 40, no. 3 (March 1, 2007): 307–32, <https://doi.org/10.1177/0010414006286542>.

BIBLIOGRAPHY Campbell, John L., and Ove K. Pedersen. "The Varieties of Capitalism and Hybrid Success." *Comparative Political Studies* 40, no. 3 (March 1, 2007): 307–32. <https://doi.org/10.1177/0010414006286542>.