



Pemberian Stimulan pada Perekonomian Khususnya UMKM di Kp. Pameungpeuk Rw.12 Desa Pasirhalang Kecamatan Cisarua di Masa Pandemi Covid-19

**Alpin Rahmawan¹, Ando Asep Mulyana², Liza Monica Putri³, Muhammad Rifki⁴,
Muhammad Alfansyah⁵, Moehammad Zaen⁶, Z Mutaqin⁷**

- ¹ Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. e-mail: alpinrahmawan@yahoo.com
- ² Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. e-mail: Okayando@gmail.com
- ³ Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. e-mail: Lizamonica11@gmail.com
- ⁴ Program Studi Ilmu Hadits, Fakultas Ushuludin, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. e-mail: muhammadrifki21.mr@gmail.com
- ⁵ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. e-mail: Alfansyh23@gmail.com
- ⁶ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. e-mail: mzaen556@gmail.com
- ⁷ Program Bimbingan Konseling Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. e-mail: z.mutaqin@uinsgd.ac.id

Abstrak

Bidang perekonomian berunsur penting pada kehidupan masyarakat dan bisa berdampak domino terhadap tatanan masyarakat terutama terjadinya pandemi ini yang membuat perekonomian menjadi lesu sehingga dibutuhkan stimulan maupun solusi guna menumbuhkan kembali kegiatan perekonomian. Penelitian ini dilakukan dengan metodologi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan terjadinya dilapangan terdapat dampak yang sangat baik dengan terjalannya kegiatan jobdesk UMKM seperti terlaksananya stimulan ilmu pendanaan yang baik dan juga pemasaran secara online . Pada UMKM pun banyak sekali kelebihan tersendiri yang didapat dari kemauan sendiri oleh pemilik UMKM. Banyak sekali ilmu dalam berwirausaha dari sharing UMKM dan juga beragamnya permasalahan UMKM yang bukan hanya dari pandemi saja seperti kurangnya pencatatan pendanaan atau akuntansi maupun penjualan secara online dan adapun yang dikarenakan kekurangan SDM menjadi permasalahan.

Kata Kunci :UMKM, Ekonomi, Akuntansi, Pemasaran Online

Abstract

The economic sector has an important element in people's lives and can have a domino effect on the social fabric, especially the occurrence of this pandemic which makes the economy sluggish so that stimulants and solutions are needed to regenerate economic activity. This research was conducted with a descriptive methodology with a qualitative approach. Based on the occurrence in the field, there is a very good impact with the implementation of MSME jobdesk activities such as the implementation of good funding science stimulants and also online marketing. In MSMEs, there are many advantages that can be obtained from the will of the MSME owners. There is a lot of knowledge in entrepreneurship from sharing MSMEs and also various MSME problems which are not only from the pandemic, such as the lack of funding or accounting records or online sales and as for the lack of human resources which is a problem.

Keywords: *MSME, Economics, Accounting, Online Marketing*

A. PENDAHULUAN

Bidang perekonomian berunsur penting pada kehidupan masyarakat dan bisa berdampak domino terhadap tatanan masyarakat terutama terjadinya pandemi ini yang membuat perekonomian menjadi lesu sehingga dibutuhkan stimulan maupun solusi guna menumbuhkan kembali kegiatan perekonomian. Maka dari itu kami sebagai mahasiswa mensiasati untuk membantu pada umkm.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM pasal 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. 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. 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 tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Namun, kegiatan pelaksanaan sosialisasi maupun penyuluhan sedikit terhambat oleh adanya pandemic covid-19 yang melanda dunia, tak terkecuali Indonesia. Pandemi Covid-19 merupakan suatu wabah penyakit yang sedang melanda dunia dan membutuhkan penanganan khusus. Hal itu menyebabkan adanya pembatasan

sosial demi menanggulangi penyebaran dan memutus mata rantai Covid-19 yang berdampak pada semua aspek termasuk juga dalam perekonomian, banyak sekali hambatan yang hingga membuat daya beli masyarakat sangat lemah dan kekhawatiran membuat masyarakat enggan bertransaksi secara langsung. Sedangkan dalam pelaksanaannya banyak sekali pedagang maupun dari produsennya yang masih belum mengerti berjualan secara online terutama pada pedagang atau usaha kecil yang tergantung dari pendapatan harian dan jual beli secara langsung.

Menurut Syamsudin. M (2020), Berdasarkan penelitian pada bulan April 2020 yang dilakukan oleh Kemenkop UKM, pandem Covid-19 mengakibatkan sejumlah 56% UMKM mengalami penurunan pada hasil omzet penjuwalant, 22% lainnya mengalami kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan atau kredit, 15% mengalami permasalahan dalam distribusi barang, dan 4% sisanya kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Dari seluruh UMKM yang terdata dalam riset ini, komposisi UMKM yang bergerak dalam industri mikro menempati angka 87.4%. Angka ini menunjukkan fakta yang lebih tinggi dari yang dilaporkan oleh Bank Indonesia yaitu sebesar 72,6% dan lebih rendah dari yang dilaporkan oleh LIPI yaitu sebesar 94,7%. Kedua riset terakhir dilakukan pada bulan Juni 2020, akhir Kuwartal II tahun 2020. Maka dari itu sangat berdampak pada umkm meskipun ada bantuan tapi terkadang bantuan tersebut disalah gunakan, tak khayal bila digunakan sebagai kebutuhan bukan untuk produksi.

Menurut Marlinah L (2020), Tantangan UMKM yang harus dihadapi adalah bagaimana menciptakan strategi dalam mengisi kebutuhan pasar dalam negeri maupun pasar global. Selain itu strategi apa untuk entrepreneurship yang berbasis teknologi dan tetap menjunjung tinggi norma dan kearifan lokal. Dalam menghadapi tantangan lainnya para pelaku UMKM harus memiliki jiwa dan potensi entrepreneurship, pelaku UMKM hendaknya memahami demokrasi ekonomi yang terjadi, juga termasuk mengikuti perkembangan update informasi teknologi dan tetap menjaga kearifan lokal. Maka pada pelaku usaha khususnya umkm diharuskan untuk memiliki jiwa kewirausahaan yang sangat besar dalam menghadapi keadaan pandemic ini

Menurut Busthomi (2020), UMKM merupakan ujung tombak perekonomian nasional dan berperan besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pada tahun 2019, UMKM berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB). UMKM menyumbang 60 persen PDB dan berkontribusi 14 persen pada total ekspor nasional. Akan tetapi, tahun ini UMKM menjadi salah satu sektor yang terpuruk akibat 0pandemi Covid-19. Padahal serapan tenaga kerja oleh UMKM sangat tinggi yang bertumbuh mencapai 96,99% - 97,22% dengan jumlah pelaku UMKM mencapai 62 juta atau sekitar 98 persen dari pelaku usaha nasional. Bahkan, sejak awal pandemi pemerintah menempatkan UMKM sebagai prioritas penerima manfaat dalam pemulihan ekonomi nasional.

B. METODE PENGABDIAN

Penelitian kali ini kami terapkan dengan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Rukajat ajat (2018), berpendapat jenis penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata realistik, aktual nyata dan pada saat ini karena penelitian ini untuk membuat deskripsi gambaran atau lukisan secara sistematis faktual dan akurat mengenai fakta-fakta sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Oleh sebab itu maka diharapkannya dapat terpapar informasi yang dapat dimengerti oleh pembaca, penelitian ini dilakukan secara langsung bahkan hingga ikut serta dalam kegiatan umkm.

KKN (Kuliah Kerja Nyata) ini dilaksanakan dengan 4 tahapan, yaitu Kegiatan Orientasi UMKM Dusun 3 Desa Pasir Halang, Kegiatan Penerapan Akuntansi Pada UMKM, Kegiatan Implikasi Pemasaran berbasis online pada UMKM, dan Kegiatan Seminar UMKM Desa Pasir Halang. Pendampingan UMKM ini, terfokus pada masyarakat di Dusun 3, melalui kegiatan program pendampingan umkm agar bias melakukan pemasaran melalui e-commerce dan juga pencatatan pendanaan yang baik dan benar.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

1. Kegiatan Orientasi UMKM Dusun 3 Desa Pasir Halang

Pada awal mulanya kelompok kami dibagi menjadi 5 bagian yang pertama fokus untuk pendidikan, bidang sosial, bidang peternakan, bidang pertanian dan yang terakhir bidang UMKM. Karena perutnya waktu yang dipadatkan dan juga personel KKN Dr sisdamas 166 yang beranggotakan 11 orang membuat kewalahan dalam melakukan kegiatannya belum lagi dengan kendala-kendala yang terjadi pada tempat penginapan seperti kurangnya air dan juga sulitnya transportasi membuat kandang kami kesulitan maupun keterlambatan dalam melakukan kegiatan. Setelah mencari informasi dalam mendapatkan potensi untuk dapat melakukan kegiatan tiap jobdesknya. Kami dibimbing oleh pak kades 3 yaitu pa irwansyah, kami pun diajak berkeliling dalam memperkenalkan kepada masyarakat yang bisa dijadikan potensi terlaksananya proker kkn seperti ke tempat UMKM, TPA hingga peternakan.

Setelahnya berkeliling kami pun berdiskusi ditemukan berbagai macam masalah yang kompleks menyebabkan tidak dapat terlaksananya kegiatan jobdesk bagian peternakan dan juga pertanian. Atas pertimbangan beberapa hal membuat kami pun memutuskan untuk divisi peternakan dan pertanian dibagi lagi untuk membantu dalam divisi pendidikan dan juga UMKM. Setelahnya pengenalan oleh pak Kadus 3 kami pun melakukan orientasi pada UMKM yang menjadi recommend pa Kadus dalam melaksanakan jobdesk yaitu UMKM fiyo, UMKM Abbas dan UMKM corong es krim

Setelahnya pengenalan hingga pendekatan mendalam kami pun menemukan permasalahan yang berbeda beda pada tiap UMKM nya seperti youghrt fiyo yang kekurangan dalam perizinan, dan pencatatan pendanaan. Sedangkan untuk UMKM Abbas dal pencatatan hingga perizinan santan bagus sampai ada sertifikasi halal pada produknya namun, terdampaknya pandemi membuat terhambatnya dalam pemasaran hingga penjualan. UMKM corong es krim sangat bagus bahkan pendanaan juga pencatatannya sangat terperinci hingga pemasarannya yang sangat bagus.



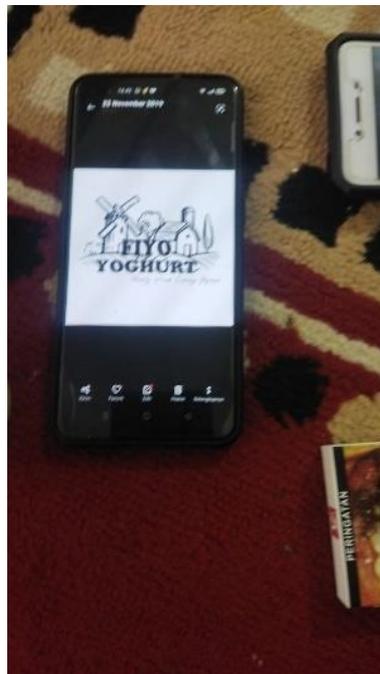
Gambar 1. Pelaksanaan Pengenalan Pada Umkm Bersama Pak Kadus 3



Gambar 2. Produk UMKM Produk Corong Es Krim

2. Kegiatan Penerapan Akuntansi Pada UMKM

Dari hasil orientasi refleksi maka dapat disimpulkan untuk jobdesk penerapan akuntansi akan dilakukan pada UMKM fiyo youghurt. Pelaksanaannya pun terlaksana dengan baik tapi dalam penerapannya berkelanjutan masih menjadi pertanyaan dikarenakan kebanyakan produsen memandang sebelah mata pencatatan bahkan beranggapan sesuatu yang tidak terlalu penting. Maka dari itu kami hanya melaksanakan bimbingan dalam melakukan pencatatan pendanaan tapi untuk secara berkelanjutan dikembalikan lagi kepada UMKM nya sendiri untuk memakainya atau tidak. Dalam pelaksanaannya penyuluhan pencatatan akuntansi dilakukan oleh Liza dikarenakan sudah berpengalaman dalam pencatatan dan jurusannya yang akuntansi syariah.



Gambar 3. Label Produk Youghurt



Gambar 4. Produk Youghurt



Gambar 5. Pelaksanaan Penyuluhan Akuntansi

3. Kegiatan Implikasi Pemasaran berbasis online pada UMKM

Untuk UMKM Abbas sudah pernah melakukan pemasaran online dan hasilnya memuaskan namun, disebabkan karena bergantung pemasaran online oleh orang lain, ketika bagian pemasaran online berhenti bekerja sama maka pemasaran Abbas mengalami kendala. Belum lagi dengan pandemi yang berkepanjangan menyebabkan menurunnya produksi. Tetapi pemilik UMKM Abbas yaitu pa Nana sangat antusias dalam menerima penyuluhan kami untuk pengaplikasian pemasaran online. Dalam pelaksanaannya dilakukan oleh saudara zaen dikarenakan sudah berpengalaman dalam pemasaran online.



Gambar 6. Salah Satu Produk UMKM Abas Yaitu Ranginang Coklat



Gambar 7. Pelaksanaan Penyuluhan Pemasaran Online

4. Kegiatan Seminar UMKM Desa Pasir Halang

Pada Minggu terakhirnya kegiatan UMKM diakhiri dengan pelaksanaannya seminar umkm desa pasir halang sehingga diharapkan dalam membantu hingga meningkatkan kegiatan perekonomian. Dalam pelaksanaannya kami bekerja sama juga dengan karang taruna agar kegiatan seminar terlaksana dengan efektif dan khidmat. Dalam kegiatan seminarnya berisikan pemasaran online melalui e-commerce yaitu Facebook dikarenakan banyak kalangan orang dewasa lebih gampang mengerti dan juga banyak penggunanya, pelaksanaan pengisi narasumber dilakukan oleh saudara zaen. Kegiatan selanjutnya saat seminar yaitu pencatatan akuntansi UMKM yang diisi oleh narasumber saudara Liza. Alhamdulillah banyak juga audiance yang hadir terutama pelaku UMKM.



Gambar 8. Poto Bersama Setelah Seminar Umkm

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM dikadus 3 yang umkmnya sangat beraneka ragam dengan permasalahan yang berbeda beda pada masing - masing umkmnya. Maka agar lebih efektif kami mensiasati untuk memih tiga UMKM yaitu youghrt, Abas (asli bikinan anak Sunda), dan corong es krim. Dengan demikian didapatkan hasil dari analisis dan penyuluhan kami sebagai berikut:

1. UMKM youghrt

UMKM yang dimiliki oleh pak engkus ini pada awal mulanya adalah sebagai sampingan dalam menambah pendapatan dan setelahnya keluar dari kerja fokus untuk usaha pada tahun 2013. Dengan latar belakang dari sekolah pertanian dan juga potensi peternakan sapi maka muncullah ide usaha dari susu yaitu youghrt, awal mulanya bukan hanya youghrt tapi merambah ke produk olahan lainnya dari susu seperti berbagai macam keju tapi seiring waktu lebih terfokus pada youghrt dikarenakan dengan kualitas yang alami dan juga rasa yang beda dari pasaran lainnya membuat memiliki ketertarikan lebih. Seiring waktu UMKM ini bekerja sama dengan koperasi peternak dalam mendapatkan bahan baku dikarenakan kebutuhan dalam produksi yang kadang tidak cukup untuk memenuhi permintaan, dalam penjualannya produk youghrt ini beraneka ragam seperti kemasan es bonbon, dan kemasan botol 250 ml hingga 1 liter. Saat ini UMKM ini hanya terfokus pada penjualan dari pesanan mulai dari sekitar hingga terjauh sampai Surabaya tak heran juga keuntungannya pun dapat dihitung mendapatkan pendapatan bersih jutaan rupiah, UMKM ini pun memiliki pekerja dari warga sekitar yaitu 2 orang dengan gaji harian 50 RB . UMKM youghrt memiliki brand sendiri yaitu foto yought tapi sangat jarang sekali memakainya karena kurangnya pemasaran sehingga fokus hanya pada pesanan yang dari mulut ke mulut. Pada produk ini pembuatannya memiliki standarisasi tertentu dikarenakan agar mendapatkan rasa dan kualitas yang optimal. Produk ini pun tidak memakai pengawet dikarenakan dikhawatirkannya mengubah rasa hingga kualitas produk, maka produk ini sangat rentan dalam penyimpanan maupun pengirimannya seperti tidak boleh kena matahari dan harus dalam suhu dingin yang optimal. Produk ini sangat aman untuk semua kalangan baik itu dari anak kecil, sedang mengandung, hingga lansia terkecuali pada konsumen yang memiliki diabetes dikhususkan untuk youghrt plan atau tidak memakai gula sama sekali. Produk ini memakai beragam rasa dengan total 14 dan juga memiliki isian buah-buahan sesuai permintaan pesanan.

UMKM youghrt ini memiliki permasalahan peizinan yang bisa dibilang kurang cukup seperti BPOM dan sertifikasi halal dikarenakan tidak memenuhi standar baik itu proses maupun tempatnya yang masih menyatu dengan rumah. Pemasarannya pun masih terbilang kurang karena masih mengandalkan pada pesanan dan juga pada pendanaannya yang belum teratur. Maka kami pun menyuluhkan bimbingan

dalam hal pemasaran dan juga mengatur pendanaan baik itu secara langsung maupun dalam seminar umkm desa pasir halang.

2. UMKM Abas

UMKM Abas atau artinya asli buatan anak Sunda dimiliki oleh pak Nana ini memiliki produk yang sangat beraneka ragam dan terfokus pada Snack atau makanan ringan adapun pada produknya yaitu dari olahan susu yaitu krupuk susu. Dari segi penjualan UMKM Abas ini sudah merancah pada penjualan online seperti Tokopedia dan juga shopee tapi pakum dikarenakan keluarnya yang memegang pada penjualan online sehingga membuat pemasarannya terbatas hanya dari mulut ke mulut. Awal mulanya UMKM ini muncul dikarenakan istri pemilik bisnis yang suka membuat masakan kemudian dibuat usaha pada tahun 2018 dengan modal 10 juta kulanya produk Abas hanya pada penjualan renginang kemudian dimodifikasi dengan berbagai rasa. pada saat Ramadhan muncullah ide menjual kue kering dan berbagai macam cake hingga muncullah produk produk lainnya seperti jamur crispy geprek jamur dan krupuk susu. Target penjualannya fokus dari pesanan, toko oleh oleh hingga glosiran makanan ringan. Usaha ini memiliki keuntungan jutaan rupiah namun terhambat keluarnya yang memegang penjualan online hingga terdampak pandemi covid 19 belum lagi kendala pada musim yang menjadi modal utama pembuatan renginang dan produk lainnya. Pada masa sebelum pandemi ini usaha Abas memiliki 4 orang pekerja dan dengan kenaikan penjualan yang signifikan. Usaha UMKM ini perizinannya sangat bagus hingga memiliki BPOM dan juga sertifikasi halal pada produknya.

UMKM ini memiliki kekurangan dalam hal pemasaran yang terfokus dari mulut ke mulut dan berdasarkan pesanan dikarenakan terbatasnya modal dan juga terdampaknya dari pandemi covid 19 yang membuat penjualan menurun. Dalam pendanaannya usaha Abas ini sangat bagus sehingga kami memberikan penyuluhan berupa penjualan secara online yaitu shopee agar diharapkan penjualannya bisa meningkat.

3. UMKM Corong Eskrim

UMKM ini dimiliki oleh pak Edi, usaha ini memiliki beragam produk seperti perlengkapan es krim, kemasan, bahan pengental, cone, kertas, maupun plastik kemasan es krim. UMKM pak Edi ini sudah bekerja sama dengan perusahaan besar lainnya seperti Danone, Campina, dan indo es krim namun, tak luput juga berkerja sama dengan pihak pemerintah setempat bahkan sering mengisi acara event sebagai pembicara maupun ikut serta dalam kegiatan festival. Perizinan usaha UMKM pak Edi ini memiliki perizinan SIU (surat izin usaha) , PIRT(perizinan industri rumah tangga), izin usaha UMKM hingga nomor induk usaha . Dari banyaknya produk perlengkapan eskrim pak Edi memproduksi fokus pada pembuatan cone atau tempat eskrimnya baik itu yang dari Aci maupun yang dari terigu dan usaha ini dimulai dari sejak tahun

2013 hingga saat ini memiliki pegawai sebanyak 3 orang dalam produksi. Dari segi pemasarannya pak Edi sangat aktif penjualan online seperti Facebook hingga buka lapak membuat penjualannya sampai ke Kalimantan. Dari segi kualitas dan juga ketahanan produknya sangat mumpuni bahkan ketahanan produk cononya bisa sampai 1 tahun dalam suhu ruang namun rentan terhadap tekanan dikhawatirkan hancur. Pendapatan dari usaha ini juga meraup untung hingga puluhan juta rupiah dengan dibarengi pengaturan pendanaan yang sangat teliti dan benar. Penjualannya pun tak hanya dari perlengkapan namun juga kadang menjualnya disaat acara- acara besar dan juga dibantu oleh pihak vendor es krim kerjasamanya menjadi recommend untuk perlengkapan eskrim pada penjual eskrim terkadang pak Edi juga memperkerjakan orang lain juga dalam menjual eskrimnya dengan cara berkeliling menggunakan sepeda motor.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Kkn 166 pada bidang UMKM terlaksana dengan sangat baik dan lancar. Tugas kami hanya menyampaikan dan menyarankan dari pendapat kami untuk apa yang terbaik bagi umkm tersebut, dikarenakan untuk jangka panjangnya tergantung pada pemilik umkmnya tersendiri. Banyak sekali ilmu bermanfaat dari para pemilik umkm baik itu ilmu kewirausahaannya maupun pengalamannya. Semoga permasalahan pandemic ini dapat berakhir sehingga mengembalikan sampai meningkatkan perekonomian di desa pasir halang.

F. DAFTAR PUSTAKA

UU 20 Tahun 2008. <https://www.ojk.go.id>

Syamsudin, M. (2020, September 17). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. Retrieved from nuonline: <https://www.nu.or.id/post/read/123247/dampak-pandemi-covid-19-terhadap-umkm-di-indonesia>

Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. Jurnal Ekonomi, 118-124.

Busthomi. (2020, Mei 5). Ini Strategi UMKM Bertahan di Tengah Pandemi. Retrieved from Top Business: <https://www.topbusiness.id/35074/inistrategi-umkm-bertahan-di-tengah-pandemi.html>

Rukajat,A. (Oktober 2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach. Penerbit CV Budi Utama. Hal.1