

PENDAMPINGAN USAHA BERBASIS *e-GERAI* UNTUK PENGUATAN DAN PERLUASAN PEMASARAN PELAKU UMKM TERDAMPAK COVID-19 DI KECAMATAN MEDAN TEMBUNG

Azizul Kholis^{1*}, Sulaiman Lubis², Khafi Puddin³, Nasirwan⁴

Universitas Negeri Medan, Medan

* azizulkholis@unimed.ac.id

Abstrak

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di kecamatan Medan Tembung selama ini adalah ketidaktahuan dan kurangnya kemampuan pelaku UMKM melakukan adaptasi teknologi khususnya berbasis daring untuk menjalankan pemasaran produk hasil produksi mereka. Padahal selama masa Covid-19 seluruh usaha harus dijalankan secara online. Konsep program kemitraan yang disulkan adalah Pembentukan Komunitas *e-Gerai* (Elektronik Gerakan Aksi) yaitu merupakan program pengembangan dari sistem kegiatan pembinaan UMKM berbasis online dalam membangun kemitraan kepada pelanggan dan pemasaran. *e-Gerai* akan menginisiasi beberapa pelaku UMKM untuk dibuatkan menjadi satu komunitas berbasis aplikasi sehingga bisa berinteraksi antara satu dengan lainnya dan memperluas akses kerjasama dan perluasan pemasaran dengan berbagai pihak untuk kemajuan usaha masing-masing. *e-Gerai* dilaksanakan antara pihak LPPM Unimed dan pihak Pemerintah Kecamatan Medan Tembung. Pada tahapan awal sebagai pelopor *e-Gerai* akan di bina sebanyak 3 (tiga) pelaku UMKM. Ruang lingkup Kegiatan berupa identifikasi usaha, pemetaan permasalahan, FGD pemecahan masalah, pembuatan website *e-Gerai*, sosialisasi dan peluncuran (launching). Luaran dari kegiatan ini adalah berupa *e-Gerai* Model Komunitas pelaku UMKM yang membuat produk aksesoris dan perhiasan, website *e-Gerai*, artikel ilmiah yang dipublikasikan pada Jurnal nasional terakreditasi tentang pembinaan UMKM, pemberitaan/publikasi kegiatan pada media cetak dan media online, makalah yang dipresentasikan pada seminar nasional dan buku ajar tentang kewirausahaan bagi pelaku UMKM. Hasil yang dicapai adalah para pelaku UMKM sudah memiliki akun untuk pemasaran secara online.

Kata kunci: *e-Gerai*; Komunitas; Pemasaran; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Kecamatan Medan Tembung secara geografis berbatasan langsung dengan Kampus Unimed. Di wilayah kecamatan ini terdapat sedikitnya 45 pelaku usaha dengan skala UMKM dalam berbagai jenis usaha yaitu pengrajin, kuliner, busana, pembuatan bahan kulit, laundry, dan jasa lainnya. Menurut Data di kantor Camat Medan tembung setiap tahun kegiatan promosi UMKM yang harus diikuti oleh pelaku UMKM sangat banyak yaitu pameran pembangunan Kota Medan, Bazar pada MTQ Kota Medan, kegiatan Dinas Koperasi, Dinas Perindag Kota Medan, bahkan kegiatan tingkat provinsi dan tingkat nasional. Selama ini para pelaku UMKM hanya mempromosikan produknya secara manual dengan selebaran dan brosur saja pada acara-acara tersebut. Padahal kadangkala setelah selesai event/acara para pengunjung ingin

memberli produk tersebut namun kehilangan informasi tentang pelaku UMKM dimaksud.

Kemudian potensi pelaku UMKM yang ada di kecamatan Medan tembung tidak memiliki forum komunitas untuk saling bertukar informasi diantara satu dengan lainnya sehingga banyak peluang usaha yang tidak dapat dimanfaatkan. Kendala utama lainnya adalah kurangnya pemahaman para pelaku usaha untuk adaptasi teknologi ataupun menggunakan aplikasi online berbasis internet sehingga pemasaran produk tidak mnyebar secara luas.

Dengan terjadinya situasi dan kondisi Covid-19 terjadi penurunan aktifitas masyarakat dan daya beli, sehingga pelaku UMKM harus memilih strategi agar dapat tetap menjalankan usahanya. Khusus pada masa pandemi Covid-19 ini maka para pelaku UMKM lebih mengalami kesulitan dan seandainya komunitas sudah

terbentuk maka bisa saja lebih memudahkan pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online. Akan tetapi pra pelaku usaha di Medan Tembung dibawah binaan kantor camat masih belum terbiasa menggunakan sistem pemasaran online dan menjalankan usaha masih bersifat konvensional yaitu pemasaran dari keluarga, kolega, mengikuti pameran yang dilaksanakan oleh pemerintah ditingkat kecamatan maupun Kota Medan menjual secara manual saja.

Pihak Kecamatan Medan Tembung sendiri tidak bisa berbuat banyak, karena program pembinaan UMKM adalah bukan merupakan tugas utama dari Kecamatan melainkan menjadi tugas dari Dinas Teknis yaitu Dinas Koperasi dan UKM maupun Dinas perindustrian dan perdagangan Kota Medan. Untuk itu melalui beberapa kali kegiatan yang diinisiasi oleh Pemerintah Kecamatan Medan Tembung yang dipimpin langsung oleh Camat A. Barli Nasuiton, S.STP, M.AP mengusulkan kepada FE Unimed untuk dapat menjadi Mitra Pembina UMKM di Wilayah Medan Tembung.

Berdasarkan observasi awal pada 45 pelaku UMKM dikecamatan Medan Tembung diperoleh 3 (tiga) pelaku usaha bidang pembuatan aksesoris yang potensial untuk dibina dan dikembangkan karena dari sisi produk memang dibutuhkan, produk memiliki daya tahan lama, penjualan produk dapat melalui pengiriman paket, jangkauan pemasaran sangat luas jika dipasarkan secara online, pangsa pasar menengah kebawah dengan harga yang terjangkau.

Permasalahan Mitra

Hasil diskusi yang dilakukan dengan pihak Kecamatan Medan Tembung, Tim Dosen FE Unimed maka untuk tahap pertama akan dibuatkan program pembinaan kepada 3 (tiga) pelaku UMKM yang dianggap potensial untuk dikembangkan dalam komunitas e-Gerai. Pada kunjungan lapangan Tim Dosen FE Unimed yang didampingi pihak kecamatan maka ketiga mitra yang dimaksud adalah :

1. Zainab Collection Jenis Usaha Keterampilan membuat Bros dan aneka aksesoris Jilbab
2. KRIS Jenis usaha membuat aksesoris dan perhiasan Bunga, Boneka, dan kebutuhan perhiasan untuk acara resepsi perkawinan
3. Ida manuurng Membuat aksesoris dan bahan Daur Ulang Plastik

Adapun permasalahan yang dihadapi Mitra adalah:

- a. Permasalahan Legalitas Usaha

Belum adanya legalitas usaha UMKM yang dimiliki sehingga dalam pengembangan skala usaha untuk meminjam modal terkendala pada pihak perbankan.

- b. Permasalahan produksi

Pembuatan Produk belum standar, karena bersifat musiman dan menunggu pesanan, sehingga kadang kala hasil produksi satu periode dengan

periode lainnya tiak konsisten secara ukuran, kemasan dan mutu. Sistem produksi belum dituliskan tahapan mekanisme pembuatan produknya sehingga ketika ada pesanan skala besar tidak bisa dipatikan berapa waktu penyelesaian produk untuk memenuhi pesanan tersebut. Kebutuhan bahan baku, bahan penolong belum diukur secara standar sehingga sering terjadi sisa bahan baku yang tidak dapat dimanfaatkan dan secara ekonomi mengurangi keuntungan.

- c. Permasalahan Bidang manajemen

Dari hasil kunjungan dan diskusi di lokasi Mitra 1 dan Mitra 2, permasalahan di bidang manajemen yang dialami oleh mitra yaitu:

- a) Manajemen yang diterapkan adalah manajemen kekeluargaan, belum ada pembagian tanggung jawab yang spesifik.
- b) Pengetahuan Mitra tentang manajemen, administrasi dan Pembukuan masih sangat rendah, maka Mitra tidak menggunakan pembukuan sehingga tidak terlihat cash flow perusahaan.
- c) Mitra masih mencampur adukkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha.

- d. Permasalahan Pemasaran

Mitra kesulitan dalam memasarkan produk, Pemasaran sistem manual. Belum ada komunitas secara daring yang terbangun belum memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, tweeter, dan website. Hanya penggunaan Aplikasi Whatapps saja. Mitra juga belum membangun komunikasi dengan penyedia toko online seperti Shoope, Tokopedia, Lazada, Bukalapak dan lainnya karena kurang faham cara mengaksesnya. Beberapa pelaku UMKM baru menjadi mitra Gofood, dan GrabFood saja.

Solusi Permasalahan Mitra

Dari hasil diskusi dengan Mitra, tim pengusul menawarkan berbagai solusi dalam menyelesaikan permasalahan mitra. Beberapa solusi dan target luaran yang disepakati di tampilkan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Solusi dan Luaran Permasalahan Mitra

No	Permasalahan Mitra	Solusi yang Disepakati	Luaran
1	Tidak memiliki Legalitas usaha sehingga sulit mengkases permodalan dari perbankan	Pendampingan pengurusan legalitas usaha melalui bantuan pihak kecamatan Medan Tembung	Izin Usaha Mitra
2	Tidak adanya standar produk yang dihasilkan	Seluruh tahapan proses produksi yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam menghasilkan produk akan	SOP Produksi dan usulan sertifikasi produk

		dinilai, devaluasi dan diberikan masukan untuk penyempurnaan	
3	Rendahnya Pengetahuan tentang manajemen usaha	Pelatihan manajemen Usaha Skala UMKM	Sertifikat Pelatihan dan Buku Pedoman Manajemen UMKM
4	Mitra kesulitan dalam memasarkan produksinya karena masih berbasis manual	Pembentukan komunitas E-Gerai dan pelatihan penggunaan websitenya	Web-Site E Gerai
5	Mitra belum memiliki pengetahuan akses pemasaran secara online yang lebih luas	Pelatihan dan pendampingan membuka jaringan kepada toko online	Mitra sebagai merchant di toko online

2. BAHAN DAN METODE

Dalam mengatasi permasalahan mitra tim akan menggunakan pendekatan diskusi, Rancang bangun, pendampingan.

Tahapan Pelaksanaan Solusi dalam Bidang Produksi.

Tahapan pelaksanaan solusi di bidang produksi adalah sebagai berikut:

1. Diskusi dengan Mitra tentang permasalahan yang dihadapi khususnya perizinan
2. Membentuk Komunitas bersama pihak Kecamatan Medan Tembung
3. Membuat modul pelatihan manajemen produksi dan keuangan.
4. Merancang website E-Gerai.
5. Mengadakan rapat FGD dengan Mitra dan Pihak Kecamatan Medan Tembung
6. Melakukan Pelatihan Manajemen Usaha
7. Melakukan pelatihan penggunaan Website
8. Melakukan FGD penyempurnaan Website
9. Melakukan Akses ke toko online
10. Launching dan Serah Terima website berbasis komunitas.

11. Melaksanakan Pendampingan selama dan setelah program berlangsung.

Seluruh tahapan untuk penguatan usaha bagi mitra akan dikerjasamakan dengan pihak kecamatan Medan Tembung yang lebih mengetahui permasalahan dilapangan. Sedangkan Tim LPPM unimed akan menyiapkan semua konsep-konsep dan perangkat lunak yang dibutuhkan seperti Standar operasional prosedur, manual pembukuan, pembuatan website yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM. Semuanya akan disiapkan oleh Tim LPPM Unimed. Secara khusus website e-gerai yang dirancang akan memudahkan pelaku UMKM untuk informasi terkait produk yang dihasilkan.

Tabel 2. Tahapan Pelaksanaan dan Partisipasi Mitra

No	Tahapan Pelaksanaan	Partisipasi Mitra
1	Diskusi dengan Mitra tentang permasalahan yang dihadapi khususnya perizinan	Sebagai peserta memberikan data-data awal tentang usaha yang dijalankan
2	Membentuk Komunitas bersama pihak Kecamatan Medan Tembung	Bersedia menjadi anggota komunitas E-Gerai dibawah binaan kecamatan Medan Tembung
3	Membuat modul pelatihan manajemen produksi dan keuangan	Memberikan informasi terkait proses produksi dan usaha yang dijalankan
4	Merancang website E-Gerai.	Memberikan informasi dan maukan penyempurnaan website
5	Mengadakan rapat FGD dengan Mitra dan Pihak Kecamatan Medan Tembung	Sebagai peserta yang mendukung
6	Melakukan pelatihan penggunaan Website	Sebagai peserta yang mengikutipelatihan dan memberikan fasilitas FGD
7	Melakukan FGD penyempurnaan Website	sda
8	Melakukan Akses ke toko online	Memfasilitasi untuk kemudahan akses toko online

9	Launching dan Serah Terima website berbasis komunitas.	Memfasilitasi kegiatan launching e-Gerai
10	Melaksanakan Pendampingan selama dan setelah program berlangsung.	Menjelaskan kendala yang dihadapi dan melaksanakan solusi yang disepakati

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kemitraan masyarakat pendampingan usaha berbasis e-gerai untuk penguatan dan perluasan pemasaran pelaku umkm terdampak covid-19 di kecamatan medan tembung telah melalui beberapa tahapan sesuai dengan program yang direncanakan. Pelaksanaan kegiatan ini dimulai dengan penanda tangan MoU antara pihak pelaksana dengan mitra sebagai tanda kesepakatan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Penandatanganan Mou dilaksanakan pada tanggal 24 juli 2020 di aula Kecamatan Medan Tembung, yang dilanjutkan dengan FGD pertama sebagai penyatuan persepsi bersama dan penentuan jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan dalam kegiatan ini. Selanjutnya pihak penyelenggara PKM melakukan FGD dengan PT. Metro Matika selaku pengembang Website E-Gerai UMKM yang dimaksudkan dalam penyamaan persepsi untuk pembuatan website E-Gerai yang akan dikembangkan. FGD ini dilaksanakan secara daring pada tanggal 28 Juli 2020.

Tahap berikutnya adalah survey lapangan sebagai tindak lanjut dalam observasi terhadap peserta yang akan mengikuti pendampingan usaha e-Gerai. Masyarakat sebagai pelaku UMKM menyambut dengan gembira pelaksanaan pendampingan usaha ini. Para pelaku usaha berharap kegiatan ini dapat mengembangkan pangsa pasar usaha mereka kedepannya. Dengan adanya program ini masyarakat akan lebih mudah dalam memasarkan produk-produk mereka.

Selanjutnya pelaksanaan kegiatan yang dilakukan adalah Pelatihan Penggunaan Aplikasi UMKM berbasis E-Gerai. Pelatihan ini bertujuan untuk menambah wawasan para pelaku UMKM tentang penggunaan media online untuk memperluas pangsa pasar dan bagaimana mekanisme penggunaan aplikasi yang dikembangkan. Pelatihan ini berjalan dengan baik sebagaimana mestinya walaupun para pelaku usaha tetap membutuhkan pendampingan lanjutan penggunaan aplikasi e-Gerai.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan Pendampingan pelaku UMKM berlangsung sesuai dengan konsep dan metodel yang

telah dirancang. Melalui pelatihan dan penggunaan aplikasi yang telah dikembangkan oleh tim pelaksana, pelaku UMKM lebih maksimal dalam memasarkan produknya karena telah memperluas jangkauan pasar produknya masing-masing. Sesuai dengan tujuan penelaksanaan pengabdian ini, aplikasi yang dirancang dan dikembangkan tim pelaksana PKM telah memberikan memudahkan pelaku UMKM untuk informasi terkait produk yang dihasilkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Medan yang telah memberikan dukungan finansial melalui dana DIPA Universitas Negeri Medan Tahun Anggaran 2020, Sesuai dengan Surat Keputusan Rektor UNIMED No. 0442/UN33/KEP/PPM/2020. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Kecamatan Medan Tebung yang telah bersedia jadi mitra dan membantu berjalannya pengabdian ini serta kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan atas berjalannya pengabdian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2011. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Buchari, Alma, 1992. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Phillip, 1989. Manajemen Pemasaran Analisa Pemasaran dan Pengendalian, Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Mursid, M. 2010. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- Swastha, Basu & T. Hani Handoko. 1987. Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Liberty.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_pemasara