Membangun ekosistem digital UMKM di era pandemi COVID-19 melalui PT PII (Persero)

Indra Pradana Singawinata[1*] dan Muhammad Saifulloh[2]

[1]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Swadaya, Jakarta, Indonesia
[2]Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia
[*]indrapradana@gmail.com

Abstract *– The problem of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) during the crisis has problems as well as challenges in the midst of the Covid-19 pandemic crisis. One of the problems faced by business actors is the problem of capital and using digital technology. Capital is the main factor so that the business continues to run smoothly. However, in this digitalization era, the use of digital technology is also a problem when marketing products due to competition and reaching an increasingly complex and increasing market. But currently, MSMEs are one of the sectors in the economy in Indonesia that have a very important role. It has a large potential in driving economic activities and becomes the source of income for the majority of the population, as well as absorbing workers with low education and running in small business activities, both traditional and modern. With this training, it will further strengthen the position and gain benefits for MSME players both now and in the future.*

Keywords*: digitalization; micro, small and medium enterprises; kuningan barat*

Abstrak – Masalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ketika masa krisis memiliki masalah sekalgus tantangan di tengaj krisis pandemi Covid-19. Masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha salah satunya adalah masalah permodalan dan menggunakan teknologi digital. Modal merupakan faktor utama supaya usahanya tetap berjalan dengan lancar. Namun era digitalisasi ini, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi masalah ketika memasarkan produk diakibatkan persaingan dan menjangkau pasar yang semakin meningkat dan kompleks. Tetapi saat ini UMKM merupakan salah satu sektor dalam perekonomian di Indonesia yang mempunyai peranan sangat penting. Potensinya yang besar dalam menggerakan kegiatan ekonomi dan menjadi tumpuan sumber pendapatan oleh sebagian besar masyarakat, serta dapat menyerap tenaga kerja yang berpendidikan rendah dan berjalan dalam kegiatan usaha kecil, dari tradisonal maupun modern. Dengan adanya pelatihan ini semakin memperkuat posisi dan memperoleh keuntungan bagi pelaku UMKM baik saat ini maupun di masa mendatang.

Kata Kunci: digitalisasi; usaha kecil mikro kecil dan menengah; kuningan barat

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor dalam perekonomian di Indonesia yang mempunyai peranan sangat penting. Potensinya yang besar dalam menggerakan kegiatan ekonomi dan menjadi tumpuan sumber pendapatan oleh sebagian besar masyarakat, serta dapat menyerap tenaga kerja yang berpendidikan rendah dan berjalan dalam kegiatan usaha kecil, dari tradisonal maupun modern.

UKM adalah jenis bisnis yang dijalankan dengan skala kecil dan menengah dan bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan mana pun. Jadi secara tidak langsung pengertian UKM adalah usaha kecil memiliki pemasukan di bawah 300 juta dengan jumlah pekerja di bawah 20 orang. Sedangkan usaha menengah dengan pemasukan di bawah 500 juta dengan jumlah karyawan di bawah 30 orang (accurate.id, 2020).

ISSN 2798-057X (Online)
https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas

Persentase Usaha Mikro di DKI Jakarta mencapai 98,78% dari total jumlah usaha di DKI Jakarta. Jumlah Usaha Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor mendominasi jumlah usaha dengan jumlah hampir 37%. Dari angka tersebut maka dapat diketahui bahwa sektor perdagangan di DKI Jakarta cukup besar di samping sektor penyedia akomodasi, industri pengolahan dan jasa-jasa (BPS DKI Jakarta, 2018).

Jakarta Selatan, kota kedua di DKI Jakarta dengan jumlah UMKM tertinggi sebesar 252.953 unit usaha. Hal ini dikarenakan Jakarta Selatan adalah kota yang maju dalam perekonomian dibandingkan dengan wilayah lainnya dan terkenal sebagai pusat bisnis usaha kecil hingga usaha besar. Jakarta Selatan memiliki 10 Kecamatan dan 65 Kelurahan. Salah satu kecamatan di Kota Jakarta Selatan merupakan tempat strategis bagi pelaku usaha menjalankan usahanya yaitu di Kecamatan Mampang Prapatan. Kecamatan Mampang Prapatan memiliki 5 kelurahan, dari 5 kelurahan tersebut jumlah keseluruhan usaha mikro sebesar 414 usaha. Jumlah usaha mikro terbanyak berada di Kelurahan Bangka dengan jumlah sebesar 90 usaha.

Kuningan Barat adalah kelurahan yang terletak di Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Kelurahan ini berbatasan dengan Kelurahan Karet Semanggi dan Kelurahan Kuningan Timur di sebelah utara, Kelurahan Senayan dan Kelurahan Petogogan di sebelah barat, Kelurahan Kuningan Timur di sebelah timur dan Kelurahan Pela Mampang dan Kelurahan Mampang Prapatan di sebelah selatan.

Kawasan Kelurahan Kuningan Barat menjadi salahsatu kelurahan yang berada di tengah kota Jakarta. Kawasan ini menjadi area yang paling banyak diincar oleh pelaku usaha karena lokasi yang mudah terjangkau serta berdekatan dengan gedung-gedung perkantoran dan kegiatan lainnya, seperti sekolahan dan perbelanjaan. Saat ini, Kuningan Barat diisi dengan berbagai bisnis perkantoran, perumahan/apartemen, hotel, bank, restoran, kafe, bar, salon, serta usaha-usaha kecil lainnya. Kuningan Barat mengalami perkembangan yang pesat karena letaknya yang strategis namun juga banyak UMKM yang ada dan perlu mendapatkan perhatian dan bantuan.

Menurut data Kecamatan Mampang, kawasan Kelurahan Kuningan Barat memiliki jenis usaha yang paling berperan adalah perdagangan yang terdiri dari perdagangan besar dan eceran, sebesar 56,5%. Berbagai macam jenis usaha seperti: usaha makanan, minuman, cemilan, kosmetik, pakaian, hijab, aksesoris, bengkel motor, counter pulsa, toko kelontong dan lain sebagainya. Besarnya jumlah usaha perdagangan di daerah ini dapat dilihat dari sepanjang jalan yang dimana banyak terdapat usaha mikro yang menjajakan kebutuhan primer dan sekunder serta jenis usaha kecil lainnya.

Di masa pandemi covid-19 kawasan Kelurahan Kuningan Barat mengalami kenaikan jumlah pelaku UKM sejak masa pandemi COVID-19 ada 117 usaha. Jenisnya terdiri berbagai macam jenis usaha apa saja ada, seperti usaha makanan, minuman, warung, toko kelontong dan kerajinan tangan. Sekitar 70% usaha makanan seperti: kue basah, nasi uduk, cemilan dan makanan kering. Sisanya berupa kerajinan tangan dan warung sembako serta usaha jamu. Di Kelurahan Kuningan Barat terdapat 5 Rukun Warga (RW) yang masuk kategori Usaha Kecil dan Mikro (UKM) yang di bina oleh pemerintah dalam hal ini suku dinas Ketahanan Pangan, Kelauatan dan Perikanan (KPKP) Jakarta Selatan. (Puslit Fikom Moestopo, 2020)

Masalah UMKM yang dijumpai saat ini yaitu, ketika krisis masa pandemi COVID-19 yang dihadapi oleh pelaku usaha salah satunya adalah masalah permodalan dan menggunakan teknologi digital. Modal merupakan faktor utama supaya usahanya tetap berjalan dengan lancar. Namun era digitalisasi ini, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi masalah ketika memasarkan produk diakibatkan persaingan dan menjangkau pasar yang semakin meningkat dan kompleks.

Setelah dilakukan pencarian data para pelaku UMKM yang tergabung dalam Kelompok Tani/ POKTAN maka dilanjutkan dengan sosialisasi dengan para pelaku UMKM sekaligus koordinasi dengan pihak terkait Kelurahan Kuningan Barat dan Suku Dinas Ketahanan Pangan Kelautan dan Perikanan.Sebanyak 10 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Kuningan Barat, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, mengikuti sosialisasi penerapan digitalisasi untuk pengembangan usaha, Jumat 16 Oktober 2020.

Sosialisasi yang dilakukan bersama oleh PT Penjaminan Infrastruktur Indonesia (Persero) dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), serta Kelompok Tani Perkotaan (Poktan) ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM agar bisa memanfaatkan kemajuan teknologi untuk pengembangan usahanya. Kegiatan di tengah pandemi saat ini, penting dilakukan usaha yang kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan tehnologi digital. Dalam kegiatan ini, para pelaku UMKM diberikan berbagai materi tentang pengemasan dan pemasaran produk dengan memanfaatkan kecanggihan tehnologi secara *online*.

METODE PELAKSANAAN

PT PII bekerjasama dengan Puslitdianmas FIKOM Univ. Prof. Moestopo (Beragama), dimana Puslitdianmas FIKOM merupakan salahsatu perguruan tinggi yang memiliki program studi ilmu komunikasi. Sehingga dalam hal ini melihat perkembangan sektor UMKM dan perkembangan dunia usaha dan transformasi teknologi, dinilai sangat tepat untuk memberikan kapasitas UMKM dalam mempersiapkan diri memasuki persaingan pasar di era revolusi digital. Penentuan program CSR adalah hasil musyawarah dengan para *stakeholders* di wilayah program CSR, yang terdiri dari para pejabat dari tingkat walikota, kecamatan, kelurahan, RT/RW, perwakilan UMKM dan tokoh masyarakat setempat. Sehingga program CSR menyesuaikan dengan tingkat kebutuhan masyarakat, khususnya UMKM dan selanjutnya para pihak yang terlibat dapat terus secara berkesinambungan dan berpartisipasi aktif sampai dengan pelaksanaan proyek dan pasca operasionalisasi proyek infrastruktur yang dikembangkan oleh PT PII. Penerima manfaat program CSR PT PII terdiri dari 117 orang pelaku UMKM yang merupakan representasi UMKM di lingkungan Rukun Warga (RW): RW 01, RW 02, RW 03, RW 04 dan RW di Kelurahan Kuningan Barat, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Program CSR UMKM terbagi atas beberapa aktivitas sebagai berikut: Pertama, melakukan Pelatihan Digitalisasi UMKM, Pelatihan Digitalisasi UMKM, diselenggarakan sebanyak 3 (tiga) *batch*, dengan materi sebagai berikut: Konten Media Sosial, Workshop Fotografi dan foto produk, Mengenal *Platform* media penjualan online, Manajemen website sebagai etalase toko digital, Benchmarking Usaha Kegiatan ini adalah berupa pelatihan bagi kelompok masyarakat yang berminat untuk menekuni usaha yang telah dilakukan UMKM lain. Contoh sukses dan pelatihan manajemen yang berikan oleh pelaku UMKM yang sudah sukses dan berhasil, yaitu dari pelaku UMKM di bidang Coffee Shop dan Usaha budidaya lele siap goreng (Lesgo).

Benchmarking Coffee Shop, Kegiatan ini akan dilaksanakan pada Kamis, 25 November 2020, pemateri kegiatan ini adalah pemilik usaha Coffee shop di daerah Jakarta Timur. Kegiatan dilakukan langsung di coffee shop nya, yaitu : “ipok uti ay” yang berlamat di Ruko D’mansion, Jl.. Perumahan Jatinegara Indah No.17. Cakung Jakarta Timur.

Adapun peserta dari pelatihan ini adalah para pemuda Karang Taruna. Materi *benchmarking* usaha *coffee shop* ini meliputi: Pengenalan jenis-jenis kopi, Pengenalan alat-alat

membuat kopi, Teknik membuat kopi dan penyajiannya, Teknik pemasaran melalui sosial media

Target dari pelatihan ini diharapkan akan muncul usaha baru di Kelurahan Kuningan Barat yang dimiliki oleh kaum muda, khususnya *coffee shop*. Benchmarking Usaha budidaya lele siap goreng (Lesgo) Kegiatan ini dilaksanakan pada Kamis, 19 November 2020, untuk pelatihan klasikal dengan pemateri ahli budidaya Lele dan pemilik usaha "Lesgo Amanah" yang berasal dari Parung, Kabupaten Bogor. Kegiatan kedua, Kunjungan lapangan ke lokasi pembudidayaan lele dan pengolahan lele di daerah Kemang, Parung, Kabupaten Bogor, dilaksanakan pada Kamis, 26 November 2020.

Kegiatan ini diikuti oleh 30 orang penggiat UMKM, dengan rincian kegiatan sebagai berikut: Pelatihan, bertempat di Aula Kelurahan Kuningan Barat. Materi Pelatihan meliputi: Mengenal jenis-jenis lele budidaya, Teknik budidaya rumahan, Teknik pengolahan lele siap santap.

Kunjungan Lapangan Peserta pelatihan berkesempatan mengunjungi 2 tempat di Kecamatan Kemang, Parung, Kabupaten Bogor, diantaranya: Unit Pembenihan Rakyat "Pintu Air" milik Bapak Umar Hamzah, seorang penyuluh perikanan teladan tingkat nasional. Disini peserta dibekali sekaligus diberikan contoh bagaimana cara membuat kolam dan memelihara lele sehat. Unit Pembenihan Rakyat "Jaya Bersama" milik Bapak Haji Omat. Disini peserta dibekali pengetahuan sekaligus diberikan contoh bagaimana mengolah Lele sehat menjadi Produk kemasan siap santap.

Selepas kegiatan, diharapkan akan muncul usaha baru di Kelurahan Kuningan Barat khususnya usaha produk Lele siap santap dalam kemasan. Membangun ekosistem UMKM melalui digitalstore Selepas pelatihan digitalisasi usaha, peserta terus didampingi, bentuk pendampingannya melipu: kurasi produk dan tampilan produk di media digital. Selain itu pendampingan juga dilakukan guna meningkatkan kemampuan teknis untuk konten: WhatsApp Business, Instagram dan Facebook, Website Plazakuninganbarat.com

Website www.plazakuninganbarat.com adalah salah satu output dari kegiatan ini, yaitu website berbentuk mini marketplace yang dapat digunakan sebagai *display store* sekaligus media pemasaran UMKM asli Kuningan Barat. Website ini akan berfungsi sebagai *digital store*, sekaligus tempat transaksi UMKM binaan PT. Penjaminan Infrastruktur Indonesia (Persero).

Gambar 1. Pelatihan Digitalisasi UMKM Kuningan Barat, Jakarta Selatan.

Gambar 2. *Benchmarking* usaha *coffee shop*, Jakarta Timur

Gambar 3. Pembudidayaan lele dan pengolahan lele di daerah Kemang, Parung, Bogor

SIMPULAN

Outcome program ini sudah dirasakan manfaatnya oleh para peserta program sebagai kegiatan yang dapat meningkatkan kapasitas UMKM di wilayah Kuningan Barat, sesuai dengan testimoni para peserta program. Manfaat Program CSR bagi PT Penjaminan Infrastruktur Indonesia (Persero), Terbentuknya dan terjalinnya hubungan baik antara PT PII dengan pemerintahan setempat, khususnya wilayah Kuningan Barat, Jakarta Selatan.

Meningkatkan citra positif PT PII di mata masyarakat Kuningan Barat khususnya, dan Jakarta Selatan pada umumnya. Mulai dikenalnya PT PII sebagai perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap pemberdayaan masyarakat, peningkatan kapasitas dan kemajuan UMKM di Jakarta Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

Adiningsih, S. (2009). *Regulasi Dalam Revitalisasi Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia*. Yogjakarta: Universitas Gadjah Mada.

Badan Pusat Statisik (2019). Profil Industri Mikro Kecil Provinsi DKI Jakarta Tahun 2018.

Faturocman. (2012). *Kesejahteraan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Gie. (Maret 2020). *Megenal Lebih Jauh, Pengertian UKM, Contohnya, dan Tips Mengembangkannya*. Diakses dari: https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-ukm/

Jhingan, M. L. (2014). *Ekonomi Pembangunan Dan Perencanaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Puslitdianmas FIKOM Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama) (2020). *Hasil Riset UMKM Kuningan Barat DKI Jakarta*.

Suharto, E. (2014). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.