

OPTIMALKAN PERTUMBUHAN UMKM: PENDAMPINGAN TEKNOLOGI DAN MANAJEMEN DI KOTA DEPOK

(OPTIMIZING SME GROWTH: TECHNOLOGY AND MANAGEMENT ASSISTANCE IN DEPOK CITY)

Beny Susanti^{1*}, Toto Sugiharto², Dwi Asih Haryanti³, Nola Marina⁴

1 Universitas Gunadarma, email: bsusanti@yahoo.com

2 Universitas Gunadarma, email: tsharto@staff.gunadarma.ac.id

3 Universitas Gunadarma, email: dwi_asih@staff.gunadarma.ac.id

4 Universitas Gunadarma, email: nolamarina@staff.gunadarma.ac.id

* Penulis Korespondensi: E-mail: bsusanti@yahoo.com

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah tulang punggung ekonomi nasional, tetapi pandemi COVID-19 telah menghantamnya dengan keras. Pembatasan mobilitas menyebabkan penurunan penjualan dan pendapatan UMKM. Salah satu solusi adalah memasarkan produk secara digital, namun banyak UMKM belum terampil dalam hal ini. Dibutuhkan dorongan digitalisasi UMKM dan peningkatan kualitas SDM. Untuk mengatasi masalah ini, Universitas Gunadarma menyelenggarakan program pengabdian kepada masyarakat di Depok dari Oktober 2021 hingga Januari 2022. Program ini menasar pelayanan kepada UMKM yang ingin bertahan dan berkembang di era pandemi, dengan memanfaatkan teknologi. UMKM didorong untuk meningkatkan nilai tambah usaha mereka melalui pembuatan media pemasaran online dan laporan keuangan. Kegiatan ini melibatkan koordinasi mitra, pendataan kebutuhan UMKM, persiapan layanan, dan pendampingan 38 UMKM di Depok.

Kata Kunci: UMKM, teknologi, digital

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of the national economy, but the COVID-19 pandemic has hit them hard. Mobility restrictions have led to a decrease in MSME sales and income. One solution is to market products digitally, but many MSMEs lack the necessary skills. There is a need to promote digitalization of MSMEs and enhance human resource quality. To address these challenges, the University of Gunadarma organized a community engagement program in Depok from October 2021 to January 2022. This program aims to provide services to MSMEs looking to survive and thrive during the pandemic by leveraging technology. MSMEs are encouraged to increase the added value of their businesses through the creation of online marketing media and financial reports. The activities involve partner coordination, MSME needs assessment, service preparation, and support for 38 MSMEs in Depok.

Keywords: MSMEs, technology, digital

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang telah melanda dunia selama kurang lebih dua tahun tidak hanya merugikan sisi kesehatan, namun juga berdampak pada perubahan tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi di sebagian besar negara di dunia, tak terkecuali Indonesia (BPS RI, 2020).

Perekonomian global semakin melambat dan mempengaruhi dunia usaha. Di Indonesia, hampir semua sektor mengalami dampak terutama ekosistem ekonomi yang selama ini telah menjadi tumpuan masyarakat. Pandemi COVID-19 telah membuat terjadinya pelambatan sektor ekonomi di Indonesia dengan berbagai turunannya. Turunnya kinerja ekonomi Indonesia terjadi sejak triwulan I tahun 2020, yang tercermin dari laju pertumbuhan ekonomi triwulan I tahun 2020 yang hanya mencapai 2,97 persen dan kembali menurun signifikan pada triwulan II tahun 2020 yang tumbuh minus 5,32 persen (BPS RI, 2020).

UMKM memiliki kontribusi maupun peranan yang cukup besar di Indonesia, diantaranya yaitu perluasan kesempatan penyerapan tenaga kerja atau menjadi andalan dalam penyerapan pengangguran, substitusi produksi barang konsumsi, mensubstitusi produksi barang konsumsi atau setengah jadi, jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalani kegiatan ekonomi produktif, dan memiliki peran penting dalam peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dimana UMKM penyumbang terbesar PDB dalam Era Industri 4.0. Peran UMKM ini telah berkontribusi 60% terhadap produk domestik bruto nasional dan 97% terhadap penyerapan tenaga kerja yang terdampak pandemi.

Selama pandemi ini, sektor UMKM yang merupakan bagian terpenting dari sektor ekonomi sangat merasakan dampaknya. Inilah yang dikhawatirkan oleh semua pihak, karena telah membuat sektor UMKM mengalami kemunduran yang signifikan (Arianto, 2020). Usaha kecil termasuk yang paling terpukul oleh krisis COVID-19, banyak yang menutup usaha sementara waktu, dan lebih jauh lagi menghadapi kendala arus kas (Baker & Judge, 2020).

Saat ini banyak UMKM yang mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja untuk pekerja dan buruh yang kemudian 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. Bahkan berdasarkan survei Asian Development Bank (ADB) terkait dampak pandemi terhadap UMKM di Indonesia, 88% usaha mikro kehabisan kas atau tabungan, dan lebih dari 60% usaha mikro kecil ini sudah mengurangi tenaga kerjanya (Arianto, 2020). Bank Indonesia menyebutkan sebanyak 87,5 persen UMKM terdampak pandemi COVID-19. Dari jumlah ini, sekitar 93,2 persen di antaranya terdampak negatif di sisi penjualan (Saputra, 2021).

The World Health Organization (WHO) menjelaskan bahwa Coronaviruses ini adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan yang diberi nama Coronaviruses Disease-2019 yang disingkat menjadi COVID-19 (Anugrah, 2020). Penularan virus ini dapat terjadi melalui kontak erat dengan terkonfirmasi positif covid 19, melalui permukaan benda ataupun melalui udara. COVID-19 telah menimbulkan korban jiwa di seluruh dunia. Menurut data dari worldometers.info per Jum'at 30 Juli 2021, kasus infeksi virus corona di seluruh dunia bertambah 649.569. Saat ini, tercatat sudah ada 197.299.001 kasus Covid-19 di seluruh dunia. Total 178.486.176 antaranya telah sembuh sedangkan 4.212.951 lainnya meninggal dunia. Di Tanah Air kita sendiri korban yang telah meninggal dunia telah mencapai lebih dari 92.311 orang.

Saat ini, angka kasus konfirmasi positif COVID-19 di Indonesia tercatat mengalami peningkatan, terutama karena adanya varian Omicron. Pemerintah terus melakukan berbagai upaya menangani kasus COVID-19 agar tidak terjadi lonjakan dan peningkatan kasus. Penanganan dampak COVID-19 harus dilakukan dengan cermat dan mempertimbangkan berbagai aspek. Untuk itu perlu dilakukan berbagai upaya, termasuk ketentuan pembatasan kegiatan masyarakat yang mengacu pada Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Hal ini sesuai dengan UU kekarantinaan Nomor 6 tahun 2018 yang diikuti juga oleh Peraturan Pemerintah Nomor 21 tahun 2020.

Pembatasan aktivitas masyarakat sebagai upaya penanganan pandemi COVID-19 telah menimbulkan kerugian ekonomi yang signifikan secara nasional. Sektor yang terkena dampak selama pandemi COVID-19 adalah transportasi, pariwisata, perdagangan, kesehatan dan sektor lainnya, tetapi sektor ekonomi yang paling terpengaruh oleh COVID-19 adalah sektor rumah tangga (Susilawati et al., 2020). Pembatasan kegiatan sosial selama masa pandemi COVID-19 juga memberikan dampak negatif pada sektor UMKM. Secara umum, dampak dari pandemi COVID-19 mengakibatkan penurunan pendapatan usaha.

Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KemenkopUKM) menunjukkan bahwa pada tahun 2018 terdapat 64.194.057 UMKM yang ada di Indonesia (atau sekitar 99 persen dari total unit usaha) dan mempekerjakan 116.978.631 tenaga kerja (atau sekitar 97 persen dari total tenaga kerja di sektor ekonomi). Dari 64,19 juta tersebut komposisi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sangat dominan yakni 64,13 juta (99,92%) dari keseluruhan sektor usaha. Kelompok ini pula yang merasakan imbas negatif dari pandemi Covid-19 (Agil & Saragih, 2020). Bank Indonesia menyebutkan sebanyak 87,5 persen UMKM terdampak pandemi COVID-19. Dari jumlah ini, sekitar 93,2 persen di antaranya terdampak negatif di sisi penjualan. Menurut OECD (2020) UMKM saat ini berada dalam pusat krisis ekonomi akibat pandemi COVID-19. Ambruknya UMKM secara luas dapat berdampak kuat pada nasional ekonomi dan prospek pertumbuhan global, pada persepsi dan harapan, dan bahkan pada sektor keuangan.

Pandemi COVID-19 telah menyebabkan penurunan omzet pelaku UMKM yang sangat signifikan. Para pengusaha UMKM merasakan turunnya penjualan, pesanan menurun, kekurangan modal, kesulitan bahan baku, dan terhambatnya distribusi. Terdapat beberapa lapangan usaha UMKM yang terkena dampak yang paling besar yaitu penyedia akomodasi, pariwisata, dan makan minum, perdagangan besar dan eceran, serta reparasi sepeda motor dan transportasi dan perdagangan. Sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman (Rosita, 2020). Sementara itu sektor UMKM yang terganggu selama pandemi COVID-19 selain daripada makanan dan minuman, juga adalah industri kreatif dan pertanian (Amri, 2020).

Sektor UMKM merupakan salah satu pilar utama dari fundamental ekonomi Indonesia. Bahkan, di saat terjadinya krisis ekonomi 1998, ternyata sektor UMKM sangat berkontribusi positif dalam menyelamatkan ekosistem ekonomi Indonesia kala itu. Saat ini, UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi Pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis (OECD, 2020). UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri didalam perkembangan bisnis yang ada karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perkembangan zaman. UMKM yang mampu bertahan di masa pandemi ini sebagian besar adalah yang sudah terhubung dengan ekosistem digital melalui pemanfaatan marketplace yang ada. Hal ini dikarenakan penggunaan teknologi berbasis aplikasi memberikan dampak yang positif bagi kinerja usaha (Rosita, 2020). Oleh karena itu, perlu strategi berbagai pihak untuk membangkitkan UMKM agar bisa survived di tengah pandemi COVID-19 ini dan berusaha kembali stabil. Kebangkitan UMKM pasca COVID-19 sangat membutuhkan dukungan dari semua pemangku kepentingan.

UMKM dapat berpotensi besar untuk menjadi akselerator pemulihan ekonomi nasional. Salah satu usaha untuk menyelamatkan sektor usaha kecil dan menengah atau UMKM adalah mendorong digitalisasi usaha UMKM agar dapat tetap beroperasi dalam kondisi terdapat pembatasan pergerakan masyarakat (OECD, 2020). Selain itu, pengenalan dan penggunaan teknologi informasi yang sudah masuk pada era digitalisasi menjadi tantangan bagi para pelaku UMKM untuk melek teknologi dan bersaing di pasar global. Pemerintah juga terus berupaya mendorong para pelaku UMKM untuk on

board ke platform digital melalui Program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), dimana hingga akhir 2020 sudah terdapat 11,7 juta UMKM on boarding.

Pengembangan UMKM berbasis digital menjadi salah satu alternatif penyelamatan sektor UMKM di masa pandemi COVID19. Meski demikian selama ini pemerintah dengan Kementerian Koperasi dan UKM telah berusaha mendorong terjadi transformasi digital. Dengan begitu pandemi COVID-19 telah membuat tumbuhnya ekosistem kewirausahaan digital. Dari 64,19 juta UMKM di Indonesia, sebanyak 64,13 juta masih merupakan UMK yang masihberada di sektor informal sehingga perlu didorong untuk bertransformasi ke sektor formal (CNBC Indonesia, 28 April 2021). Dorongan UMKM untuk memanfaatkan platform digital sangat dibutuhkan apalagi pada kondisi pandemi saat ini. Pemanfaatan platform digital dapat meningkatkan efisiensi serta menambah saluran penjualan/pemasaran sektor UMKM yang saat ini terbatas akses fisiknya dengan pelanggan/pengguna jasa. Pada 2030 targetnya jumlah UMKM yang go digital akan mencapai 30 juta (Agil & Saragih, 2020).

Kewirausahaan digital merupakan bentuk bisnis yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital, baik proses hingga pada pemasaran produk dan jasa. Dengan kata lain, semua jenis usaha yang menjual produknya secara online baik menggunakan website atau aplikasi termasuk dalam ranah kewirausahaan digital. Penggunaan aplikasi e-commerce dan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran digital termasuk ranah kewirausahaan digital. Dengan demikian, masa depan kewirausahaan digital bisa menjadi salah satu sektor yang akan banyak memberikan kontribusi positif pada penguatan perekonomian Indonesia. Hal itu dapat dilacak dari menguatnya peran teknologi informasi dalam dunia bisnis.

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mendukung penggunaan sistem perdagangan elektronik atau e-commerce sebagai solusi bagi koperasi dan para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam memasarkan produknya di tengah Pandemi COVID-19. Hal ini disebabkan dari banyaknya program digitalisasi UMKM yang terus digelar oleh Kementerian UKM dan Koperasi. Perlu diketahui bahwa program digitalisasi merupakan bagian terpenting dari program transformasi Kementerian UMKM dan koperasi. Apalagi pola konsumsi masyarakat telah berubah sebagai akibat dari pandemi global. Tren digitalisasi UMKM telah menjadi kebiasaan baru masyarakat hingga di masa mendatang (Arianto, 2020).

Pada masa pandemi COVID-19 ini, penggunaan platform digital oleh pelaku UMKM di Indonesia sudah cukup meningkat. Bahkan selama pandemi COVID-19 telah mendorong penggunaan media sosial yang lebih tinggi yang tentunya berkorelasi pada meningkatnya transaksi penjualan para UMKM. Meski begitu, UMKM yang ada saat ini ternyata baru 16 persen yang telah masuk dalam ekosistem ekonomi digital. Hal ini berarti sebagian besar UMKM masih belum bisa memanfaatkan media online untuk memasarkan produknya. Kementerian Koperasi dan UKM telah mengadakan sebuah program bersama para pelaku e-commerce yang diharapkan bisa mempercepat transformasi UMKM di Indonesia menuju digital. Namun, tantangan bagi para pelaku bisnis UMKM saat ini adalah bagaimana memenangkan pangsa pasar dengan mengoptimalkan, mengelola, dan menentukan strategi pemasaran ditengah pandemi COVID-19.

Ada tiga kendala yang dihadapi oleh UMKM, yaitu: Pertama, pelaku UMKM masih terkendala pada kapasitas produksi barang. Bahkan banyak UMKM yang gagal dipasar digital, karena tidak memenuhi permintaan pasar digital. Kedua, kualitas daya tahan pelaku UMKM yang belum merata. Dikarenakan di pasar digital ini para pelaku harus dapat bersaing dengan perusahaan besar yang selama pandemi juga beralih menggunakan platform digital. Ketiga, diperlukan penguatan edukasi literasi digital dan penguatan sumber daya manusia para pelaku usaha UMKM. Sebab selama ini literasi digital dan kualitas sumber daya manusia 5 para pelaku UMKM sangat minim, sehingga berdampak pada kurang maksimalnya dalam memproduksi produk unggulan masingmasing (Arianto, 2020). Untuk itu ada

tiga hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM ketika ingin masuk ke ranah digital yaitu; kualitas produksi, kapasitas produksi, dan literasi digital. Ketiga hal ini harus di pertegas oleh pelaku UMKM agar unit usaha yang dibuka di ranah digital bukan hanya sekedar sebagai pelengkap, akan tetapi bisa diharapkan bertahan lama. Oleh sebab itu, diperlukan strategi pengembangan secara digital terhadap UKM dalam penyediaan infrastruktur teknologi informasi, proses produksi, dan perluasan pasar baik dalam jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang agar para usaha kecil menengah memiliki daya saing dan dapat meningkatkan kinerjanya.

Saat ini sebagian besar pelaku UMKM yang ada di wilayah Kota Depok belum memaksimalkan penggunaan teknologi dalam bisnis usahanya, sehingga tidak sedikit UMKM di wilayah Kota Depok yang terus mengalami penurunan penjualan dan penghasilan di masa pandemi COVID-19. Berdasarkan permasalahan tersebut, KPP Pratama Depok Cimanggis menggandeng Tax Center Universitas Gunadarma untuk melakukan program pendampingan pemenuhan kebutuhan beberapa UMKM yang ada di wilayah Kota Depok. Selama ini KPP Pratama Depok Cimanggis telah melakukan kegiatan pendampingan UMKM melalui program Business Development Services (BDS). Namun, dikarenakan keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) maka KPP Pratama Depok Cimanggis meminta bantuan Tax Center Universitas Gunadarma untuk membantu para pelaku UMKM dalam hal literasi digital serta untuk beradaptasi dengan norma baru yang mengharuskan bersinggungan dengan teknologi. Program pendampingan ini melibatkan beberapa dosen dan mahasiswa Universitas Gunadarma yang terbagi menjadi 2 kategori pendampingan, yaitu pendampingan kebutuhan bidang Pemasaran dengan berlandaskan Teknologi Informasi (TI) dan pendampingan kebutuhan di bidang Manajemen dan Akuntansi yang terkait dengan kapasitas dan kualitas produksi dan literasi keuangan.

METODE PELAKSANAAN

Pelayanan pemenuhan kebutuhan UMKM ini dilaksanakan tanpa adanya biaya sebagai wujud pelaksanaan pengabdian masyarakat Tax Center, tim dosen, dan mahasiswa Universitas Gunadarma yang bekerja sama dengan KPP Pratama Depok Cimanggis dalam pemenuhan 38 UMKM di wilayah Kota Depok. Metode yang digunakan sebagai pendekatan pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah pelayanan dan pendampingan pemenuhan kebutuhan melalui bantuan jasa dan edukasi di bidang Teknologi Informasi, Pemasaran, Manajemen dan Akuntansi.

Metode pelaksanaan program penelitian dan pengabdian masyarakat, yaitu: 1. Melakukan analisis kebutuhan UMKM. 2. Mengalokasikan dosen dan mahasiswa. 3. Menyiapkan biaya dan peralatan yang dibutuhkan. 4. Melakukan pengambilan foto dan video produk UMKM. 5. Melakukan pemenuhan kebutuhan UMKM antara lain pembuatan marketplace, pelatihan digital marketing, website dan Instagram untuk pemasaran produk UMKM, pembuatan laporan keuangan, konsultasi pembuatan laporan pajak, serta konsultasi penjualan. 6. Menyusun publikasi media masa online dan Hak Cipta. 7. Melakukan pelaporan kegiatan pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil PKM

Hasil luaran yang telah dicapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah telah dilaksanakan pelayanan kepada masyarakat pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui kegiatan

pendampingan pemenuhan kebutuhan untuk 38 UMKM di wilayah Kota Depok, yaitu Jugurancafe, Veza, Pingwen, Cinamel Handycraft, Magali, GarnisJembar Fashion, Sambal Pare "RUDALKU" by Kedai Nyot Nyot, Enofa, Bens Coffee87, Kedai Mak Ade, Samosana, Susu Kurmadu, Rumah Ikan, Tukiyaki Super 212, Mimin Collection, Mie Ayam Kriuk Chef Tri, Delistar Cake & Cookies, Qira Hijab, Susu Kurmadu, Gudeg Murti, Teras Pringgondani, Kripik Pisang Bagas, Pesona Bunga Indah, Indimsum, Nyes, Lianov DD, AIA Jahit, Imoett, Warung Pelangi Abhimanyu, Pawon Mutiara, Kareem, Pawon Tombo, Kanian Dalam Prabu, Dapur Mindri, Munafood, Miss Linda, dan Vataya.

Adapun kegiatan pemenuhan kebutuhan dari 38 UMKM tersebut, antara lain: Foto dan video produk UMKM Veza, Gudeg Murti, Enofa, Imoett, Dapur Mindri, Qira Hijab. 2. Pembuatan marketplace "M-Belilo" untuk pemasaran produk secara online. 3. Pembuatan website UMKM Dapur Mindri. 4. Pemanfaatan Instagram "Belilo" untuk pemasaran produk dan edukasi UMKM. 5. Pembuatan dan desain spanduk UMKM Gudeg Murti dan Veza untuk media pemasaran diluar website dan Instagram. 6. Pemanfaatan UGTV sebagai media pemasaran produk UMKM. 7. Pembuatan laporan keuangan. 8. Pelatihan laporan pajak. 9. Pelatihan digital marketing. 10. Konsultasi penjualan prospektif

Pembahasan

Dalam kegiatan abdimas ini hasilnya dituangkan dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM selaku peserta kegiatan. Ceramah yang dilaksanakan dengan memberikan informasi dan ilmu mengenai digital bidang Teknologi Informasi, Pemasaran, Manajemen dan Akuntansi. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, UMKM didorong untuk meningkatkan nilai tambah usahanya dengan cara pendampingan kebutuhan UMKM terkait pembuatan media pemasaran online dan pembuatan laporan keuangan karena Tren digitalisasi UMKM telah menjadi kebiasaan baru masyarakat hingga di masa mendatang (Arianto, 2020).

Dengan kata lain, model kewirausahaan digital akan mendorong terciptanya inovasi baru sehingga dapat menciptakan ekosistem baru bagi UMKM yang bisa meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan rakyat Indonesia (Arianto, 2020). Kenyataannya Saat ini sebagian besar pelaku UMKM yang ada di wilayah Kota Depok belum memaksimalkan penggunaan teknologi dalam bisnis usahanya, sehingga tidak sedikit UMKM di wilayah Kota Depok yang terus mengalami penurunan penjualan dan penghasilan di masa pandemi COVID-19.

Salah satu upaya pemulihan ekonomi nasional yang dilakukan pemerintah di masa pandemi Covid-19 adalah mendorong sektor UMKM, yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Apalagi jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,19 juta, dengan komposisi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sangat dominan yakni 64,13 juta (99,92%) dari keseluruhan sektor usaha. Pada krisis moneter di tahun 1998 dan adanya krisis keuangan global 2008, banyak perusahaan-perusahaan skala besar yang tumbang, sebaliknya sektor UMKM tampil sebagai penyelamat dan penopang perekonomian nasional. Ketangguhan UMKM menjadi modal utama, membawa perekonomian nasional selamat dari krisis dan perlahan tapi pasti perekonomian kita dapat pulih kembali. UMKM saat itu mampu menggerakkan ekonomi akar rumput dan menjaga daya beli masyarakat.

Para pelaku bisnis yang terhalang dengan kendala minimnya pengetahuan digital marketing dan electronic commerce mengharuskan masyarakat untuk melek terhadap teknologi, sehingga menuntut para pelaku bisnis dalam mengikuti kegiatan pelatihan untuk dapat memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai media dalam menjalankan bisnis. Era digital saat ini memang tidak bisa dihindari, pelaku bisnis harus mampu memaksimalkan perkembangan digital, karena memungkinkan memasarkan produknya secara online. Chaffey et al. mengatakan e-marketing merupakan proses dalam pencapaian tujuan terkait pemasaran dengan mengandalkan teknologi komunikasi secara elektronik (Chaffey, Mayer, Johnston, & Ellis, 2000). E-marketing akan lebih maksimal dalam hal penyebaran informasi pemasaran baik jasa maupun barang yang ditawarkan, juga memudahkan

konsumen untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Selain itu, dengan menerapkan strategi e-marketing ini akan meningkatkan market size pada segmentasi yang sudah ada. Jadi dapat dikatakan bahwa e-marketing merupakan proses pemasaran secara online melalui teknologi elektronik baik memasarkan maupun sebagai bentuk promosi produk dan jasa yang menjangkau pasar yang lebih luas lagi serta membangun hubungan dengan pelanggan yang lebih dekat dan tentunya memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Pandemi COVID-19 telah mengubah perilaku bisnis pelaku usaha didalam menjalankan usahanya. Meskipun dampak dari COVID-19 ini sangat dirasakan berbagai sektor industri namun tidak berarti pelaku UMKM harus berhenti dalam menjalankan usahanya. Akan tetapi UMKM masih bisa berupaya tetap menjalankan usahanya melalui sistem online dimana hal ini tidak akan melanggar aturan pemerintah terkait aturan social distancing. Melalui peranan teknologi kegiatan usaha dan pendistribusian barang masih bisa dilakukan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar usaha UMKM tidak berhenti begitu saja dan pendistribusian barang akan tetap dapat berjalan. Selain itu, penguatan penggunaan teknologi digital untuk mendukung aktivitas ekonomi UMKM perlu dilakukan sebagai kelanjutan dari strategi jangka pendek. Namun, dalam strategi jangka panjang, teknologi digital harus menjadi platform utama dalam proses bisnis UMKM. Hal ini sejalan dengan pendapat Pakpahan (2020) yang menyebutkan bahwa ke depan UMKM dapat menggunakan teknologi digital untuk proses produksi, promosi produk, maupun menentukan pasar potensial untuk produknya (Pakpahan, 2020). LIPI merekomendasikan langkah mitigasi jangka pendek yang dapat ditempuh oleh UMKM dalam menghadapi pandemi COVID-19 adalah menciptakan stimulus pada sisi permintaan dan mendorong platform online (LIPI, 2020). Sebagai usaha mitigasi jangka panjang, market intelligence untuk potensi pasar baru, peningkatan akurasi data UMKM, serta pengembangan UMKM berbasis digital dapat diambil. Analisis kebutuhan menunjukkan 67% UMKM membutuhkan bantuan pemasaran untuk mencapai target pasar yang lebih besar dan 50% UMKM membutuhkan bantuan pelaporan keuangan untuk mendorong akurasi data dan informasi yang relevan. Situasi yang ada menginspirasi langkah mitigasi yang dilakukan oleh tim abdimas yaitu mendorong pemasaran online dan memperkuat branding UMKM untuk menciptakan stimulus sisi permintaan agar UMKM dapat bertahan di masa pandemi.

Untuk melakukan langkah mitigasi tersebut, para pelaku UMKM membutuhkan sejumlah bantuan dari pemerintah untuk mempertahankan bisnisnya selama pandemi Covid-19. Berdasarkan riset Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Indonesia (UI), sebanyak 50,7% responden mengharapkan internet yang terjangkau. Selain itu, mereka membutuhkan adanya pengurangan biaya usaha (32,5%) dan kemudahan berusaha (31,3%). Dukungan berupa kemudahan perpajakan (26,5%), bantuan ketenagakerjaan (25,6%), dan layanan konsultasi (5,7%) juga bisa membantu para pelaku usaha bertahan (LPEM-FEUI, 2021).

Selain teknik pemasaran juga diperlukan pengetahuan mengenai pentingnya literasi keuangan bagi para pelaku UMKM. Sebab literasi keuangan akan bisa membuat para pelaku UMKM mengatur dengan sistematis unit usahanya terutama terkait persoalan utang piutang. Literasi keuangan ini juga melingkupi tata cara pencatatan akuntansi UMKM. Sebab sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia belum melakukan pencatatan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) karena terdapat kendala dalam implementasinya.

SIMPULAN

Kegiatan pelayanan UMKM di wilayah Kota Depok ini telah dilaksanakan secara bertahap pada bidang Teknologi Informasi, Pemasaran, Manajemen, dan Akuntansi. Kegiatan ini terbentuk sebagai bagian dari solusi bagi pelaku UMKM di wilayah Kota Depok yang belum memaksimalkan penggunaan teknologi dalam bisnis usahanya, sehingga tidak sedikit UMKM di wilayah Kota Depok yang terus mengalami penurunan penghasilan di masa Pandemi COVID-19. KPP Pratama Depok Cimanggis bekerjasama dengan Tax Center Universitas Gunadarma untuk melakukan program pendampingan pemenuhan kebutuhan UMKM. Kegiatan pelayanan ini telah menghasilkan foto dan video produk UMKM yang telah diunggah ke dalam Instagram khusus promosi UMKM yang dikelola oleh Tax Center dan dimasukkan ke dalam website yang telah dibuat oleh mahasiswa Universitas Gunadarma, pembuatan spanduk dan brosur, pendampingan pelaporan keuangan, konsultasi pajak dan konsultasi penjualan oleh tim dosen yang telah dialokasikan oleh Tax Center. Berbagai kegiatan yang telah terlaksana menjadi indikator bahwa kegiatan pengabdian masyarakat dapat membantu menjawab dan menyediakan solusi atas pemenuhan kebutuhan UMKM.

Dengan berbagai kompetensi yang dimiliki, peran serta aktif dari seluruh jajaran Universitas Gunadarma dalam mendukung perkembangan UMKM akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap pertumbuhan UMKM. Pemasaran gencardengan kerja sama yang baik antara dosen dan mahasiswa dengan skala besar akan lebih memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Agil, R. & Saragih, J.P. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM. [Online]. Available at <https://berkas.dpr.go.id> [Accessed July, 27 2021].

Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*. Vol. 2, No. 1, pp. 123-130.

Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing oleh UMKM dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Corona Viruses Disease 2019 (Covid19). *Jurnal MANOVA*. Vol. 2, No. 2, pp. 55-65.

Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.6 , No. 2, Desember 2020.

Baker, T., & Judge, K. (2020). How to Help Small Businesses Survive COVID-19. *Columbia Law and Economics Working Paper* (620).

Bantuan Pemerintah yang Dibutuhkan Pelaku UMKM selama Pandemi Covid-19. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/24/internet-terjangkau-bantuanpaling-dibutuhkan-umkm-saatpandemi>

BPS RI (2020). Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha. [Online]. Available at <http://bps.go.id> [Accessed July, 26 2021].

Chaffey, D., Mayer, R., Johnston, K., & Ellis, C. F. (2000): *Internet Marketing*, London, PrenticeHall.

Kemenkop-UKM. (2021). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. “Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017- 2018.” LIPI. (2020).

Mandiri Institute. (2021). Alasan UMKM Menutup Usaha pada Maret-April 2021. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/30/sederetpenyebab-umkm-tutup-usaha-pada-awal-kuartal-ii2021> OECD. (2020). SME Policy Responses: Tackling Coronavirus (Covid-19) Contributing to A Global Effort.

Pakpahan, A. K. (2020). COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*. pp. 59-64. Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*. Vol. 9, No. 2, pp. 109-120.

Saputra,D. (2021). Survei BI : 87,5 Persen UMKM Indonesia Terdampak Pandemi Covid19. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/1370022/survei-bi875-persen-umkm-indonesia-terdampak-pandemicovid-19>

Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19’s Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCIJournal): Humanities and Social Sciences*. Vol. 3, No. 2, pp. 1147- 1156.

Survei Kinerja UMKM di Masa Pandemi COVID19. [Online]. Available at <http://lipi.go.id>[Accessed January, 15 2021]. LPEMFEUI. (2021).

Tambunan, 2011. *Teori Ekonomi Makro*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta