MENINGKATKAN PERAN GERAI LENGKONG SEBAGAI KOMUNITAS DALAM MEMBINA UMKM DI TANGERANG SELATAN

Adji Widodo¹, Yhonanda Harsono², Chotamul Fajri³, Agustina Mogi⁴, Buchari E. Satriaputra⁵ Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia Email: yhonanda2906@gmail.com*

Submission 2021-03-25
Review 2021-04-26
Publication 2021-06-30

ABSTRAK

Kata Kunci: Gerai Lengkong, Komunitas, UMKM
Pendahuluan


Perkembangan industri ekonomi kreatif tidak terlepas dari e-commerce di Indonesia. Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menyebutkan pertumbuhan dari e-commerce mencapai 60% hingga 80% per tahun.

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia tidak terlepas dari dukungan usaha kecil menengah. Oleh karena pentingnya UMKM ini maka perlu dilakukan pelatihan UMKM guna menunjang keberlangsungan dari UMKM di Indonesia dan membantu mereka mengatasi berbagai permasalahan yang ada seperti aspek pengelolaan atau manajemen hingga aspek permodalan yang dibutuhkan.


Dari berbagai studi, Usaha Kecil, Mikro dan Menengah memegang peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Akan tetapi, pengelolaannya belum maksimal sehingga akan sangat sulit untuk berkembang. Untuk itu, sangat dibutuhkan peran aktif dari berbagai pihak untuk meningkatkan kinerja UMKM, dimulai dari pihak UMKM sendiri, karena jika tidak ada motivasi dari dalam internal UMKM akan sangat sulit. Selain itu, peran serta pemerintah merupakan hal penting untuk menunjang peningkatan kinerja UMKM melalui berbagai bentuk dukungan, seperti pelatihan, subsidi, kebijakan harga, dan akses permodalan yang sangat dibutuhkan oleh para pelaku usaha. Peranan pihak swasta juga tidak kalah penting melalui berbagai kegiatan. Pengetahuan yang diperoleh oleh berbagai pelaku usaha besar akan memberikan insight bagi para pelaku UMKM. Selain wawasan yang diperoleh dari pelatihan, pendampingan yang dilakukan oleh pihak swasta juga dapat menunjang peningkatan kinerja UMKM yang ada.


Di sisi lain, UMKM juga menjadi sektor yang paling terpukul akibat wabah ini.
Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki yang diwakili Staf Khusus Menteri Bidang Ekonomi Kreatif, Fiki Satari, menyatakan bahwa ada Rp 123,46 triliun dana yang disiapkan untuk UMKM dalam program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN).

Metode

1. Penyuluhan dengan mendorong Gerai Lengkap untuk mendata para UMKM untuk ikut bersinergi
2. Memberikan cara dalam membina para UMKM, salah satunya yaitu dengan mengadakan pelatihan faktor internal yaitu pelatihan UMKM
3. Materi pentingnya para UMKM memperhatikan dalam aspek keuangan
4. Materi pentingnya para UMKM memperhatikan dalam aspek pemasaran
5. Pemahaman pentingnya para UMKM memperhatikan dalam Aspek Teknis, Operasional dan R&D
6. Pemahaman meningkatkan faktor eksternal UMKM, seperti kepemilikan Surat Ijin NIB, IUMK, PIRT, Halal, BPOM
7. Pemahaman pentingnya UMKM menyiapkan produk sesuai budaya dan sosial masyarakat setempat
8. Pemahaman pentingnya UMKM menyiapkan produk sesuai tingkat penghasilan ekonomi masyarakat setempat

Hasil

4.1 Faktor Internal

Secara Internal Gerai Lengkap sebagai komunitas diharapkan terus membina para mitra UMKM nya drngan mengadakan pelatihan yang berkelanjutan. Tujuan dan manfaat diadakannya pelatihan yaitu :

1. Aspek Sumber Daya Manusia

Melalui pelatihan bisnis terutama peningkatan keterampilan, pemilik UMKM diajar akan untuk meningkatkan produktifitas produksi sehingga didapatkan hasil yang optimal. Dengan pelatihan juga mampu melatih keterampilan manajerial dari pelaku UMKM dimana akan diajarakan tentang bagaimana pemecahan masalah-masalah yang dapat mengganggu produktifitas usaha.

2. Aspek Keuangan

Kendala bagi pemilik UKM adalah pengaturan keuangan yang belum terstruktur rapi. Hal ini tentu akan berdampak jangka panjang terhadap bisnis UKM nya. Melalui pelatihan bisnis dapat diajarakan untuk membuat pembukuan yang terstruktur, cashflow dan konsep keuangan yang rapi sehingga dengan data statistic yang dihasilkan memudahkan bagi pemilik UKM untuk melihat perkembangan usahanya, progress piutang dan utang serta keseluruhan profitnya dapat dihitung dengan baik.
3. Aspek Pemasaran

Dengan perubahan perilaku konsumen, maka akan berpengaruh juga terhadap permintaan barang/ jasa yang dikonsumsi, sehingga para komunitas seperti Gerai Lengkong harus lebih jeli dalam merumuskan kebijakan strategi pemasaran yang dimulai dari pembuatan produk, penetapan harga, lokasi, dan yang tidak kalah penting adalah strategi promosi. Strategi pemasaran yang ada hendaknya mempertimbangkan situasi dan keadaan UMKM baik keadaan internal maupun eksternal.

4. Aspek Teknis, Operasional, dan R&D

Melalui pelatihan bisnis tidak hanya diajarkan tentang operasional dan teknis namun juga pemilik UMKM diberikan pengertian tentang teknologi terbaru yang dapat digunakan untuk efisiensi kinerja. Tidak hanya dari segi peralatan namun juga dari segi pemasaran seperti contohnya membawa UMKM ke dunia digital yang sedang marak di masyarakat saat ini sehingga usaha lebih dikenal oleh masyarakat.

Konsep pengaplikasian penerapan sistem yang baik juga akan menunjang adanya penerapan manajemen kualitas yang lebih baik yang pada akhirnya akan berdampak pada kinerja suatu organisasi.

4.2 Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang berasal dari luar UMKM. Faktor tersebut biasa menghambat perkembangan UMKM. Dalam beberapa tahun kedepan akan terjadi berbagai dinamika bersifat eksternal yang akan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Berbagai factor eksternal tersebut meliputi sebagai berikut:

1. Aspek kebijakan pemerintah sektor UMKM

Aspek kebijakan pemerintah yang harus dipenuhi antara lain Nomor ijin berusaha (NIB) dan IUMK (Ijin Usaha mikro dan kecil) yang harus dimiliki para UMKM. Disamping itu kesiapan PIRT dan BPOM serta sertifikat Halal yang harus dimiliki UMKM dalam pengembangan ke depannya. Kesiapan surat ijin ini membantu UMKM dalam memenuhi legalitas usaha, karena UMKM akan aman jika suatu saat sudah terkenal ada pihak lain yang menggunakan nama dan Logo serta merek yang sama tidak dapat mengklaim itu adalah produk mereka. Tugas Gerai Lengkong mendorong terciptanya surat legalitas tersebut bagi para UMKM.

2. Aspek sosial, budaya dan ekonomi

Gerai Lengkong diharapkan dapat memberikan pembinaan terkait aspek ini kepada para UMKM. Karena dalam aspek ini UMKM harus dapat membaca terhadap perkembangan latar belakang social menengah keatas atau menengah kebawah dalam menentukan tingkat daya beli masyarakat setempat. Apakah terdapat kendala dengan budaya setempat, misalnya produk makanan halal akan bertentangan jika UMKM menyediakan produk yang tidak memenuhi kriteria halal. Serta tingkat ekonomi dan pdapatan masyarakat ssekitar apakah terjangkau terhadap harga produk tersebut.

KESIMPULAN

Dari acara Pengabdiannya kepada masyarakat ini, telah dilakukan penyuluhan bagaimana meningkatkan peran Gerai Lengkong dalam membina UMKM di Tangerang Selatan, sebagai berikut:

1. Faktor Internal

Gerai Lengkong diharapkan dapat terus membina dengan mengadakan pelatihan yang menyangkut: asek SDM, aspek keuangan, aspek pemasaran, dan aspek teknis, operasional dan R&D. Hal ini karena berkaitan dengan operasional UMKM dalam meningkatkan produktifitasnya, mengelola keuangan dan mengembangkan pemasaran yang
tepat, serta meningkatkan kualitas produknya, hal ini agar dapat menjalankan usahanya agar lebih efektif.

2. Faktor Eksternal
Gerai Lengkong diharapkan dapat terus membina agar memiliki ijin usaha seperti NIB (Nomor Induk Berusaha), IUMK (Ijin Usaha Menengah dan Kecil), Surat ijin PIRT, BPOM, Surat Halal, logo dan merek. Karena surat-surat ini sangat penting jika suatu saat nanti sudah terkenal ada pihak yang mengklaim itu adalah usahanya sudah aman karena sudah terdaftar secara legalitas.

Referensi