

Peningkatan Omset Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Society 5.0 di UMKM Pamulang Estat

Endah Asmarawati*¹, Endang Susilo Wardani², Budi Aprianda³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

E-mail: dosen02189@unpam.ac.id*

Diterima: 15 Juli 2023 | Direvisi: 2 Agustus 2023 | Disetujui 15 Agustus 2023

Abstract

The purpose of Community Service Activities is to carry out one of the Tri Darma of Higher Education. Apart from that, by serving the community, it is also hoped that the existence of higher education institutions, especially lecturers in management study programs at Pamulang University, can make a major contribution to the development and application of science to the community. The PKM targets are entrepreneurs who are members of the Pamulang Real UMKM, East Pamulang. The method used in this Community Service is in the form of socialization, counseling and training for Pamulang Estate MSME actors which aims to provide tips for business development. The results of community service obtained are additional information regarding ways that can be done to increase turnover in MSMEs, especially Pamulang Estate MSMEs, through discussion and question and answer participants get solutions related to their obstacles in running their business. The knowledge gained from Community Service is expected to provide useful information for Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) to increase turnover in the era of society 5.0 because the era of society 5.0 is an era where technology is developing rapidly.

Keywords: Increased Turnover; UMKM; Society 5.0

Abstrak

Tujuan dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah untuk melaksanakan salah satu Tri Darma Perguruan Tinggi. Selain itu dengan pengabdian kepada masyarakat tersebut juga diharapkan keberadaan perguruan tinggi khususnya dosen prodi manajemen Universitas Pamulang dapat memberikan kontribusi besar kepada pengembangan dan penerapan keilmuan kepada masyarakat. Sasaran PKM adalah para pengusaha yang tergabung dalam UMKM Pamulang Estat, Pamulang Timur. Metode yang digunakan pada Pengabdian Kepada Masyarakat ini berupa sosialisasi, penyuluhan dan pelatihan kepada pelaku UMKM Pamulang Estat yang bertujuan untuk memberikan kiat untuk pengembangan usaha. Hasil pengabdian masyarakat yang diperoleh adalah bertambahnya informasi terkait cara-cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan omset pada UMKM khususnya UMKM Pamulang Estat, melalui diskusi dan tanya jawab peserta dapat solusi terkait kendala mereka dalam menjalankan usahanya. Pengetahuan yang diperoleh dari Pengabdian Masyarakat ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan omset di era society 5.0 ini karena era society 5.0 merupakan era dimana teknologi sangatlah berkembang pesat.

Kata kunci: Peningkatan Omset; UMKM; Society 5.0

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan usaha mikro kecil, usaha kecil dan usaha menengah. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 yang mengatur tentang kriteria usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah menjelaskan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah aset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omset total 0 sampai 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha akan tetapi bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah aset lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan omset total Rp 300 juta sampai Rp 2,5 milyar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh cabang orang perseorangan atau badan usaha yang bukan

merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 milyar dan omset total Rp 2,5 milyar sampai Rp 50 milyar.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang krusial dalam menumbuhkan ekonomi masyarakat khususnya pada masyarakat negara berkembang. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM yang masuk ke ekosistem digital di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 20,76 juta unit. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 26,6% dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar 16,4 juta UMKM. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan potensi perluasan kerja untuk mengatasi permasalahan pengangguran dan kemiskinan.

Keberhasilan suatu usaha berkaitan dengan kemampuan dalam mencapai tujuan usaha. Setiap usaha mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan dapat berkembang dengan lebih besar. Untuk meningkatkan keuntungan usaha, salah satunya adalah dengan cara menaikkan omset sesuai target yang telah ditentukan. Omset penjualan merupakan jumlah penjualan pada suatu unit usaha dalam periode tertentu yang diukur dalam rupiah.

Perhitungan omset dalam bisnis jadi sesuatu yang penting walaupun omset sendiri tidak dapat dijadikan tolok ukur kesuksesan perusahaan. Dengan cara yang tepat perusahaan akan memperoleh hasil omset penjualan yang maksimal. Berhasilnya sebuah bisnis didasari oleh penjualan tinggi dan bisnis akan gagal apabila penjualannya rendah. Seiring dengan tantangan yang makin berat dalam penjualan, peluang di era digital juga semakin terbuka dan mudah bagi kita melihatnya sebagai tantangan atau peluang. Meningkatnya permintaan produk-produk kreatif melalui sektor UMKM, perkembangan gaya hidup digital, sampai bonus demografi tahun 2035 menjadi potensi dalam meningkatkan sektor usaha.

Menurut Anjani (2002) jika tidak memanfaatkan digitalisasi untuk berusaha. Mau tidak mau dengan perkembangan industri 4.0 dan transformasi digital menjadi kata kunci agar detak jantung bisnis tetap hidup, termasuk untuk Pengembangan UMKM. Apalagi dengan adanya pandemi covid-19 semakin sulit untuk melakukan aktivitas di luar rumah, karena kita harus mengikuti kebijakan Pemerintah yaitu jaga jarak (social distancing). Maka dari itu, momentum pandemi ini sangat tepat untuk memanfaatkan teknologi digital.

Pada awal tahun 2019 dalam pertemuan tahunan World Economic Forum (WEF) di Davos-Swiss, Perdana Menteri Jepang Shinzo Abe mengemukakan Visi Jepang mengenai Society 5.0. Istilah Society 5.0 muncul pertama kali di Jepang pada tahun 2016, setelah mendapat persetujuan dari kabinet Jepang. Society 5.0 diawali dengan era perburuan (Society 1.0), pertanian (Society 2.0), industri (Society 3.0), dan teknologi informasi (Society 4.0). Society 5.0 menciptakan masyarakat yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi. Manusia mempunyai peran di era digital. Sehingga dibutuhkan keseimbangan antara pencapaian ekonomi dan penyelesaian masalah sosial. Society 5.0 dimaksudkan untuk mengantisipasi era Industri 4.0, dimana peran masyarakat dirasakan masih kurang.

Melalui Society 5.0, kecerdasan buatan yang memperhatikan sisi kemanusiaan akan mentransformasi jutaan data yang dikumpulkan melalui internet pada segala bidang kehidupan. Tentu saja diharapkan, akan menjadi suatu kearifan baru dalam tatanan bermasyarakat. Tidak dapat dipungkiri, transformasi ini akan membantu manusia untuk menjalani kehidupan yang lebih bermakna. Dalam Society 5.0, juga ditekankan perlunya keseimbangan pencapaian ekonomi dengan penyelesaian problem sosial. Sistem yang terhubung di dunia maya merupakan hasil optimal yang telah diperoleh dari adanya Artificial Intelligence dengan penggabungan teknologi Big Data yang bisa menjadi nilai feedback dalam bidang industri maupun society dari yang tidak mungkin menjadi mungkin.

Di Indonesia sampai dengan saat ini implementasi Era Industri 4.0 masih belum tuntas. Memang transformasi digital yang mengalami perkembangan yang sangat cepat telah mengubah kebiasaan masyarakat dan industri. Salah satu dampak transformasi digital adalah menyebabkan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi sangat pesat. Sehingga bisa dinikmati semua orang dengan mudah. Dalam hal ini, big data dan Internet of Things (IoT) harus menjangkau setiap aspek kehidupan masyarakat, yang akan berubah menjadi kecerdasan buatan. Sehingga untuk memperkuat peran masyarakat dalam menyukseskan transformasi digital tersebut, masyarakat harus mampu memanfaatkan teknologi yang berkembang pesat menjadi peluang bisnis. Sehingga untuk merealisasikan hal tersebut dibutuhkan peran seluruh pihak baik dari pemerintahan maupun non pemerintahan, agar mampu menjawab tantangan bangsa dengan memberdayakan seluruh lapisan masyarakat.

UMKM Pamulang Estat berada di Kelurahan Pamulang Timur. UMKM Pamulang Estat merupakan himpunan dari beberapa usaha yang dimiliki oleh warga yang tinggal di Kompleks Pamulang Estat. UMKM Pamulang Estat yang terletak di Kecamatan Pamulang, Kotamadya Tangerang Selatan, Propinsi Banten – Indonesia memiliki jumlah total anggota 68 pelaku usaha. Saat ini UMKM Pamulang Estat diketuai oleh Ibu Try Susmiati . Industri kreatif di kota ini berkembang dengan pesat seiring dengan adanya kebijakan-kebijakan dari pemerintah yang mendukung adanya ekonomi kreatif.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka dosen prodi manajemen S-1 Universitas Pamulang berencanakan melaksanakan pengabdian kepada masyarakat (PKM) selain memenuhi kewajiban dosen-dosen yaitu tridharma perguruan tinggi, juga memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM untuk meningkatkan skill mamanager usahanya.

2. METODE

Metode pelaksanaan dalam kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan melakukan kunjungan ke UMKM Pamulang Estat yang beralamatkan di Kompleks Pamulang Estat Kelurahan Pamulang Timur dengan menemui Ibu Tri Susmiaty sebagai ketua UMKM Pamulang Estat. Tim kami yang terdiri dari Bapak Budi Aprianda, S. T., M. S. M, Ibu Endang Susilo Wardani, S. Pd.I., M. Pd dan Ibu Endah Asmarawati, S. Pd., M. Pd mendatangi lokasi dan bertemu langsung dengan Ibu Ketua UMKM Pamulang Estat. Kami bermaksud untuk menjelaskan keinginan kami untuk melakukan penyuluhan terkait peningkatan omset usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di era society 5.0. Adapun metode pelaksanaan program kemitraan masyarakat sebagai berikut.

1. Tahap Pemilihan Lokasi Pengabdian

Tahap pemilihan lokasi pengabdian kepada masyarakat tentu harus mempertimbangkan banyak hal, salah satunya adalah penyuluhan terkait peningkatan omset usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di era society 5.0 yang merupakan objek dari pengabdian. Pentingnya peningkatan omset pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di era society 5.0 diharapkan para pelaku UMKM mampu mengembang usahanya lebih baik lagi. Ibu Ketua UMKM Pamulang Estat menerima masukan dan wawasan dari tim pengusul dan merespon positif kedatangan tim pengusul untuk meminta izin.

2. Tahap Perancangan Pelaksanaan

Tahap perancangan pelaksanaan kegiatan PKM ini di susun oleh dosen dan mahasiswa untuk kegiatan yang diselenggarakan di UMKM Pamulang Estat dari awal hingga tahap evaluasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Pamulang Estate berlokasi di Jl. Cempedak 1 Blok G8 No. 15 RT/RW 06/013 Pamulang, Tangerang Selatan yang menjadi objek sasaran PKM merupakan UMKM yang terdiri dari usaha milik perseorangan warga yang tinggal di perumahan pamulang estate. Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini diawali dengan pengurusan izin dan melakukan koordinasi dengan ketua UMKM Pamulang Estate yaitu Ibu Tri Susmiaty selaku mitra pengabdian kepada masyarakat. Setelah mendapatkan izin dari ketua UMKM Pamulang Estate, tim Pengabdian Masyarakat melakukan sosialisasi kegiatan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan.

Pada tahap pelaksanaan PKM, penulis yang juga sekaligus pelaksana memberikan wawasan kepada peserta dalam hal ini adalah anggota yang tergabung dalam UMKM Pamulang Estate tentang cara yang dapat dilakukan untuk pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) di era society. Berikutnya peserta pelatihan diberikan materi tentang mengembangkan usaha seperti: meningkatkan mutu pelayanan, memaksimalkan penggunaan social media untuk promosi, sering mengikuti beberapa pameran atau festival, memanfaatkan hadirnya *ecommerce*, menggunakan system keuangan dan pembayaran digital, dan pengemasan produk yang *eye catching*.

Dari analisis pemetaan permasalahan tentang pengembangan UMKM pada era society 5.0 ditemukan bahwa anggota UMKM Pamulang Estate memiliki kelemahan sebagaimana dipaparkan. Selanjutnya berdasarkan temuan itu, dilakukan pemberian pelatihan tentang digital marketing terutama dalam memanfaatkan social media dan teknologi seperti pembuatan akun google my business, cara promosi usaha di Instagram, tiktok dan facebook serta pembuatan logo usaha yang memorable dalam konsumenan. Pelatihan dan pendampingan berfokus pada pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di UMKM Pamulang Estate adalah tentang digital marketing dan branding.

Dalam setiap pelaksanaan kegiatan, penulis juga mengadakan tanya jawab dan diskusi mendalam agar pemahaman dari anggota UMKM Pamulang Estate menjadi lebih mendalam. Masalah-masalah detail yang dihadapi dan selanjutnya akan didiskusikan untuk menemukan solusi terbaiknya. Setelah beberapa waktu berjalan, pengembangan usaha di UMKM Pamulang Estate di tempat mitra menunjukkan progress yang baik. Hal ini dapat dilihat adanya peningkatan penjualan produk dan peningkatan omset para pelaku usaha karena pemasaran produk semakin meluas.

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema: peningkatan omset usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era society 5.0 di UMKM Pamulang Estate yang berjumlah 12 peserta. Kegiatan pelatihan dan pembinaan ini dimulai dari sambutan ketua PKM yaitu Ibu Endah Asmarawati, S. Pd., M. Pd sebagai ucapan terimakasih kepada UMKM Pamulang Estate karena sudah diberikan izin untuk melakukan PKM. Selanjutnya sambutan oleh ketua UMKM Pamulang Estate sebagai ucapan terimakasih kepada pihak dosen Universitas Pamulang yang telah mengadakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini yang sangat bermanfaat untuk pelaku usaha yang tergabung dalam UMKM pamulang Estate. Respon dari anggota UMKM Pamulang Estate sangat baik, hal ini dapat dilihat dari antusias para peserta dalam mengikuti jalannya kegiatan dan sangat interaktif saat sesi tanya jawab.

Kegiatan PKM yang dilaksanakan di UMKM Pamulang Estate sebagai langkah-langkah pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era society 5.0 berjalan dengan sangat baik karena semua peserta begitu antusias mengikuti jalannya kegiatan dari awal sampai akhir. Berdasarkan pengamatan langsung selama kegiatan berlangsung, kegiatan pengabdian pada masyarakat ini memberikan hasil sebagai berikut.

- a. Pelaku UMKM dapat memaksimalkan penggunaan media social untuk marketing produk.
- b. Pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas dan inovasi produk.
- c. Pelaku UMKM dapat membuat logo usahanya sendiri.
- d. Pelaku UMKM dapat menggunakan system keuangan digital



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan PKM

4. KESIMPULAN

Hasil pengabdian masyarakat yang diperoleh adalah bertambahnya informasi terkait cara-cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan omset pada UMKM khususnya UMKM Pamulang Estat, melalui diskusi dan tanya jawab peserta dapat solusi terkait kendala mereka dalam menjalankan usahanya. Pengetahuan yang diperoleh dari Pengabdian Masyarakat ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan omset di era society 5.0 ini karena era society 5.0 merupakan era dimana teknologi sangatlah berkembang pesat. Agar para pelaku usaha yang tergabung dalam UMKM Pamulang Estat dapat terus mengembangkan usahanya dan meningkatkan omset penjualannya pastinya terus membutuhkan pelatihan dari para narasumber yang expert dibidangnya serta bantuan dari beberapa pihak. Oleh sebab itu, diharapkan kedepannya pihak dari pemerintah dan perguruan tinggi dapat berkolaborasi bersama untuk lebih membantu memajukan UMKM di Indonesia khususnya UMKM Pamulang Estat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, Noor Halimah. *Potensi Ekonomi Digital 2022: Belajar dari Pertumbuhan 2021*. Diakses tanggal 1 Oktober 2022. Tersedia di: <https://www.cips-indonesia.org/post/opini-potensi-ekonomi-digital-2022-belajar-dari-pertumbuhan-2021?lang=id>.
- Anoraga, Pandji. 2007. *Pendekatan Bisnis Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ayu, N. A. K. (n.d.). *Persaingan Industri 4.0 di Asean Dimana Posisi Indonesia*. Yogyakarta: Forbil Institute.
- Dwidjowijoto. 2007. *Manajemen Pemberdayaan Sebuah Pengantar dan Panduan untuk Pemberdayaan masyarakat*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Eko, S. 2002. *Pemberdayaan Masyarakat Desa. Pemberdayaan Masyarakat*, I(2), 87–99.
- Marlina, H., Tilova, N., & Isnaeni, D. (2023). Pelatihan Manajemen Kepemimpinan Dalam Berorganisasi Pada Siswa Smk Dharma Karya Jakarta. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 179-182. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/KMM/article/view/31649>

- Nurmasari, I., Susanti, N., & Harjayanti, D. (2023). Manajemen Keuangan dan Digital Marketing Pada Wirausaha Muda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 183-186. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/KMM/article/view/31788>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. 2018. Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Profesi Humas UNPAD*, 3(1), 1-20. (<http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/15878>)
- Susanti, F., Soraya, A., & Metarini, A. (2023). Optimalisasi Strategi Marketing Dalam Peningkatan Daya Saing Produk Umkm di Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 176-178. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/KMM/article/view/31282>
- Tamuban, Tulus. 2012. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting. Jakarta: LP3ES.
- UU No 2008 tentang UMKM bab IV pasal 6
- Zahir. (2012). 5 Cara Meningkatkan Omzet Penjualan. PT. Zahir Perkasa. (<https://zahiraccounting.com/id/blog/5-cara-meningkatkan-omzet-penjualan-toko/>).