

STRATEGI BERTAHAN UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID 19 DI JEMAAT GPM BETHEL KOTA AMBON

Novalien C Lewaherilla¹, Gerrit M Pentury², Victor Ernest Huwae³, Terezia V Pattimahu⁴
^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi, Universitas Pattimura

e-mail: novalewaherilla@yahoo.com, penturygm@gmail.com, vickyhuwae@gmail.com,
lency24.valency@gmail.com

Abstrak

UMKM mempunyai peran yang sangat penting dalam menggerakkan roda perekonomian. Oleh sebab itu, aktivitas UMKM merupakan kegiatan ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat dalam mencukupi kebutuhan hidup di masa Pandemi COVID-19. Diperlukan strategi yang tepat demi keberlangsungan hidup UMKM. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan penguatan bagi pelaku UMKM di Jemaat GPM Bethel tentang strategi bertahan di saat Pandemic Covid 19. Yang menjadi tujuan diadakannya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk menjaga semangat berwirausaha bagi UMKM Di Jemaat GPM Bethel Ambon dalam menghadapi masa sulit selama pandemic covid-19 serta membentuk dan memberikan pengarah dalam menyusun strategi bertahan bagi UMKM yang terdampak covid-19. Strategi pemasaran melalui inovasi dan digital marketing, serta memiliki jiwa *entrepreneurship* yang tangguh sehingga pada akhirnya usaha kecil dapat bertahan di masa krisis. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Penyuluhan atau Ceramah yang bertujuan meningkatkan pemahaman serta kesadaran para pelaku usaha. Hasil dari kegiatan ini adalah terserapnya pengetahuan dan pembentukan motivasi diri dari pelaku UMKM melalui materi yang dipahami sehingga UMKM menemukan strategi bertahan yang tepat di masa pandemic Covid.

Kata kunci: Strategi Bertahan, UMKM

Abstract

MSMEs have a very important role in driving the wheels of the economy. Therefore, MSME activities are economic activities that cannot be separated from people's lives in meeting the needs of life during the COVID-19 Pandemic. The right strategy is needed for the survival of MSMEs. This service activity aims to provide understanding and strengthening for MSME actors in the GPM Bethel Congregation regarding survival strategies during the Covid 19 Pandemic. The purpose of this Community Service activity is to maintain the entrepreneurial spirit for MSMEs in the GPM Bethel Community in Ambon in facing difficult times. during the covid-19 pandemic as well as forming and providing direction in formulating a survival strategy for MSMEs affected by COVID-19. Marketing strategies through innovation and digital marketing, as well as having a strong entrepreneurial spirit so that in the end small businesses can survive in times of crisis. The method used in this activity is Counseling or Lectures which aim to increase understanding and awareness of business actors. The result of this activity is the absorption of knowledge and the formation of self-motivation from MSME actors through material that is understood so that MSMEs find the right survival strategy during the Covid pandemic.

Key words: Survival Strategy, MSMEs

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya dan tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan dan keahlian (keterampilan) pekerja. Kontribusinya yang besar terhadap penyerapan tenaga kerja menunjukkan bahwa UMKM mempunyai peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi baik di negara berkembang maupun di negara maju. UMKM berkontribusi terhadap

pembentukan dan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusinya dari usaha besar (Tambunan, 2012).

Indonesia didominasi oleh UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak serius bukan hanya pada aspek produksi dan pendapatan mereka saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dikarenakan pandemi ini.(Pakpahan, 2020). Ketidakpastian pasar membuat permintaan akan barang yang dijual oleh para UMKM menjadi berpengaruh. Perkembangan usaha kecil saat ini mengalami kondisi yang cukup memprihatinkan. Kondisi yang terjadi pada saat Wabah Covid 19 membuat sektor ekonomi dan usaha kecil begitu terpuruk. Banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) diperhadapkan dengan keadaan resesi ekonomi yang juga menghambat kemajuan usahanya bahkan kedapatan banyak yang gulung tikar.

Jemaat GPM Bethel adalah salah satu Jemaat Gereja Protestan Maluku, yang berada di Klasis GPM Pulau Ambon dan terdiri dari 1833 kepala keluarga. Dari sisi pemerintahan Jemaat GPM Bethel berada di Wilayah Kota Ambon yang juga merupakan ibu kota Provinsi Maluku, dan tersebar dalam 3 (tiga) wilayah Kelurahan yakni Kelurahan Karang Panjang, Kelurahan Unitetu dan Kelurahan Rijali. Mata pencaharian warga jemaat GPM Bethel sangat heterogen, diantaranya Pegawai Negeri Sipil, Pegawai Swasta, BUMN, *Outsourcing*, Entrepreneur dan lainnya. Entrepreneur atau wirausaha adalah seseorang yang melakukan aktivitas usaha secara mandiri dan memiliki jiwa inovatif, kreatif dan membawa ide-ide baru ke dalam usahanya. Di Jemaat GPM Bethel terdapat sebaran usaha kecil antara lain, bengkel, kios, *home industry*, foto copy, gallon isi ulang, pemondokan/kost, warnet dan lainnya.

Dari gambaran sektor wirausaha diatas, maka peluang untuk mengembangkan usaha menjadi sebuah potensi dalam rangka menunjang perekonomian keluarga. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan usaha kecil dimana-mana selalu berbenturan dengan berbagai kendala dan masalah, baik dari sisi internal maupun eksetenal. Kendala usaha skala kecil hingga menengah hampir sama di mana-mana. Pengetahuan dan skill tentang entrepreneurship yang belum menyeluruh, sentuhan teknologi dan digital marketing yang masih sederhana bahkan motivasi dan jiwa bertahan yang terkadang naik turun dan masih banyak hal lainnya yang harus terus mendapat perhatian yang serius.

Hasil penelitian dari Narto (2020) menemukan strategi pemasaran pada di tengah pandemi COVID-29 untuk meningkatkan keunggulan bersaing UMKM Kota Gresik hasil penelitian tersebut adalah wabah COVID-19 yang melanda dunia mengakibatkan beberapa sektor industri termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kota Gresik juga mengalami dampak turunnya tingkat penjualan sehingga keuntungan yang diperoleh hanya berkisar 7% dalam kurun waktu 1 bulan. Selain itu Darwis Agustriyana (2021) menemukan bahwa diperlukan semangat berwirausaha bagi UMKM di Jawa Barat dalam menghadapi masa sulit selama pandemic covid-19 serta membentuk dan memberikan pengarah dalam menyusun strategi bertahan dan inovasi yang dapat dilakukan para pelaku UMKM untuk bertahan di tengah kondisi pandemic Covid-19.

Dalam menghadapi tantangan pada masa Pandemic Covid 19 ini maka menumbuhkan dan mengembangkan UMKM supaya tetap *survive* harus dijalankan.. Keinginan seseorang untuk menumbuhkan mental bertahan dan mengembangkan kreatifitas serta inovasi di masa-masa sulit menjadi kebutuhan mendesak. Kuncinya adalah mau belajar mengenali kelebihan dan kekurangan usaha yang dijalankan terutama dampak yang ditimbulkan Covid 19 ini bagi usaha mereka, dan berusaha mengelola dan mengembangkan jiwa wirausaha serta menciptakan hal-hal yang baru. Dalam upaya meningkatkan perkembangan dan pertumbuhan usaha kecil, maka langkah awal adalah mempelajari karakteristik serta permasalahan yang dihadapi oleh UMKM (Winardi, 2003). Persoalan dan masalah yang dihadapi oleh kelompok usaha ini adalah bagaimana mengelola usaha secara baik untuk dapat bertahan di masa pandemic covid 19, terutama manajemen pemasaran dan strategi inovasi. Meskipun penuh dengan keterbatasan, tetapi keinginan dan harapan sederhana dalam diri mereka, membuat mereka gigih untuk memproduksi dan memasarkan produk, untuk menambah pendapatan keluarga, terutama konsumsi rumah tangga dan

biaya pendidikan anak. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pemahaman tentang Strategi Bertahan UMKM di Masa Pandemi Covid 19

METODE

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Penyuluhan atau Ceramah yang bertujuan meningkatkan pemahaman serta kesadaran para pelaku usaha tentang bagaimana bertahan masa pandemic Covid 19. Kegiatan sosialisasi dimulai dengan mengemukakan situasi yang terjadi pada masa Pandemic Covid 19 serta pengaruhnya pada perkembangan usaha kecil di Indonesia. Selanjutnya diajak berdiskusi dan sharing tentang masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha saat ini, dan mengemukakan solusi yang harus dilakukan untuk mempertahankan usaha di masa pandemi Covid 19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan PKM secara garis besar terdiri dari ketercapaian target jumlah peserta, ketercapaian tujuan kegiatan, serta ketercapaian target materi yang telah direncanakan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan melibatkan 26 pelaku usaha kecil, dan sebagai Nara Sumber adalah kami sebagai Tenaga Pengajar Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pattimura Ambon



Gambar 1. Foto bersama narasumber dengan Peserta

Adapun materi pertama yang disampaikan antara lain berupa: bagaimana tipe seorang wirausaha dan apa yang dimiliki supaya bisa menjadi seorang wirausaha dapat bertahan di masa Pandemic Covid 19..

Dalam situasi Pandemi Covid 19 yang penuh ketidakpastian, seorang *entrepreneur* harus bisa berinovasi dan berusaha mencari solusi terbaik untuk dapat mengembangkan usahanya. Menurut Bessant dan Tidd (2011), inovasi ada empat bentuk, yaitu inovasi produk, proses, posisi dan paradigma. Inovasi produk berkenaan dengan penawaran produk baru ke pasar. Inovasi proses, berkaitan dengan pembaruan dalam cara membuat dan menyampaikan produk dan jasa, sedangkan inovasi posisi adalah perubahan dalam cara memperkenalkan produk dan jasa. Adapun inovasi paradigma berhubungan dengan model mental atau cara pandang yang mendasari organisasi dalam bertindak atau beraktivitas. Inovasi bisnis dalam situasi pandemi, bagaimanapun harus memperhatikan dua aspek penting yaitu: sumber daya finansial dan pasar. Dari sisi finansial, pandemi secara umum telah menggerus sumberdaya UMKM, seiring dengan penurunan pendapatan mereka. Sumber daya finansial mereka akan lebih banyak digunakan untuk bertahan hidup. Itu artinya, inovasi yang membutuhkan sumberdaya finansial yang besar, seperti peluncuran produk baru sebaiknya dihindari. Pasar, di sisi lain ditandai dengan melemahnya daya beli dan disertai dengan perubahan preferensi konsumen. Konsumen lebih memilih berbelanja pada barang kebutuhan yang penting dan mendesak, dibandingkan dengan barang kebutuhan yang kurang

penting dan mendesak. Sebab itu, inovasi yang dipilih pun bukan hanya selaras dengan sumberdaya, akan tetapi juga aksesibilitas pasar



Gambar 2. Narasumber sedang memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran Materi yang tidak kalah pentingnya juga adalah strategi pemasaran *e-marketing* dalam menjawab masalah yang terjadi pada usaha.

Digital marketing menurut Chakti A.G (2019) adalah upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung dengan internet. Dimana dengan digital marketing para pelaku usaha dapat menjangkau konsumen dengan membuka toko online. Ini merupakan sistem penjualan, pembelian dan memasarkan produk dengan memanfaatkan elektronik (Kotler, Philip dan Armstrong, 2012). Dalam Penelitian (Hardilawati, 2019) menyimpulkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan pendapatan UMKM. Sebagai contoh beberapa akses dalam digital marketing yaitu website, blog, media sosial (*instagram, whatsapp, Facebook*).

Selain itu, materi yang dibawakan juga adalah Pentingnya memiliki Ijin Edar bagi usaha pangan rumah tangga . Perkembangan produk-produk pangan lokal di Indonesia menjadi salah satu faktor pentingnya keberadaan izin P-IRT. Izin P-IRT atau Izin Pangan Industri Rumah Tangga merupakan regulasi yang mengatur keamanan produk pangan dari bahan baku, proses pengolahan, hingga produk akhirnya (Anonim, 2017). Maulidi, A. (2016).mengatakan secara spesifik izin P-IRT diberikan kepada produk pangan dengan tingkat resiko yang rendah. Pentingnya regulasi ini

dikarenakan adanya P-IRT sangat erat kaitannya dengan keamanan pangan bagi konsumen. Adanya izin P-IRT yang diperoleh UKM akan memberikan keuntungan, berupa produk yang dapat secara legal diedarkan atau dipasarkan, jalur distribusi produk akan lebih luas terutama jika akan menitipkan ke toko-toko besar (supermarket), dan tingkat kepercayaan konsumen juga akan meningkat. Diharapkan dengan adanya keuntungan ini, para pelaku UKM akan berusaha semaksimal mungkin untuk saling bersaing agar produknya laku dipasaran.

Dengan adanya materi-materi yang disampaikan, diharapkan dapat terjadi *transfer knowledge* kepada pelaku usaha kecil tentang keadaan pandemic Covid saat ini serta pengaruhnya pada usaha kecil. Materi yang disampaikan kepada peserta pelatihan telah sesuai dan mudah dipahami, sehingga mitra sangat antusias ketika diadakan sesi diskusi dan bersama-sama mencari strategi pengelolaan usaha yang tepat lewat inovasi, digital marketing dan penguatan jiwa *entrepreneurship*, pentingnya Ijin PIRT di masa pandemic Covid

SIMPULAN

Beberapa hal yang dapat disimpulkan dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah bahwa kondisi Pandemi Covid 19 berdampak pada semua sektor diantaranya usaha kecil di Jemaat GPM Bethel. Pentingnya pemahaman tentang pentingnya strategi bertahan UMKM dari sisi marketing, inovasi, digitalisasi dan perijinan di masa Pandemi Covid 19 menjadi sebuah pilihan strategis bagi peningkatan usaha kecil, Dengan demikian bagi usaha kecil sesungguhnya yang dibutuhkan adalah perubahan pola pikir untuk lebih bangkit dari keterpurukan agar bisa bertahan dimasa-masa yang sulit melalui inovasi dan peningkatan mutu yang berkelanjutan.

SARAN

Bagi pengembangan UMKM selanjutnya khusus di Kota Ambon, maka saran kami selanjutnya adalah kegiatan pengabdian harus lebih berfokus pada pengembangan dan perluasan usaha serta pemberdayaan usaha kecil sesuai potensi dan kearifan lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Majelis Jemaat GPM Bethel yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan pengabdian ini serta pihak Fakultas Ekonomi Universitas Pattimura yang sudah memberikan kepercayaan bagi kami untuk pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2017. *Prosedur Pengurusan Ijin P-IRT*. <https://umkmjogja.com/prosedur-pengurusan-ijin-p-irt.htm>
- Maulidi, A. 2016. *Pengurusan Perizinan P-IRT*. <https://www.kanal.web.id/2016/11/pengurusan-perizinan-pirt.html>
- Bessant, John., dan Joe Tidd. (2011). *Innovation and Entrepreneurship*. Second Edition. John Wiley & Sons, Ltd
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Makasar: Celebes Media Perkasa.
- Pamungkas, B. A., dan Siti Z. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos Jombang). *Jurnal Komunikasi*, x(2), 145.
- Darwis Agustriyana et al. (2021) Bertahan Usaha pada UMKMDi tengah Pandemic Covid 19, *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri*. hal 93-100
- Hardilawati, W. L. (2019). *The Role of Innovation and E-Commerce in Small Business*. 373,83-8
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Narto, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk Di Tengah Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri*, (48-54)
- Pakpahan, A. K. (2020). COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. 20(April)
- Winardi J (2003). *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Penerbit Kencana Prenada