

PENYULUHAN UMKM GO-DIGITAL DI MASA PANDEMI DI KELURAHAN LAMPER LOR KECAMATAN SEMARANG SELATAN KOTA SEMARANG

Counseling Of Go Digital Micro Small Medium Enterprise In Pandemics Era On Lamper Lor District South Semarang

Taufiq Andre Setiyono¹, Mekani Vestari², Muhammad Yusuf³,
Muliawan Hamdani⁴, Khoirul Attiq⁵

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi STIE Bank BPD Jateng,

^{4,5}Program Studi Manajemen STIE Bank BPD Jateng

E-mail: tugaspaktaufiq@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dewasa ini sudah menyentuh berbagai sektor dimasyarakat. Suatu entitas usaha mampu menciptakan keunggulan bersaing dengan perantaraan teknologi. Tujuan diadakannya pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Lamper Lor Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang adalah untuk memberikan penyuluhan mengenai pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui penyuluhan ini, diharapkan warga setempat dapat mempromosikan hasil Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). Metode yang digunakan dengan cara memberikan penyuluhan kepada pelaku UMKM. Materi yang diangkat meliputi Penentuan Biaya Produksi, Akuntansi untuk UMKM, perpajakan UMKM, Pemasaran Digital, dan pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia. Hasil yang diharapkan adalah pelaku UMKM mampu memperluas jangkauan pasar melalui media sosial maupun *marketplace*.

Kata kunci: penyuluhan, UMKM, go-digital, Lamper Lor, Semarang

ABSTRACT

The development of technology today has reached various sectors in society. A business entity is able to create a competitive advantage through technology. The purpose of holding community service in Lamper Lor Village, South Semarang District, Semarang City is to provide counseling about the use of social media to expand market reach. Through this counseling, it is hoped that local residents can promote the results of MSMEs. The method used is by providing counseling to MSME actors. The materials used include Production Cost Arrangement, Accounting for MSMEs, MSME taxation, Digital Marketing, and the management of Human Resource Management. The expected result is that MSME actors are able to expand market reach through social media and marketplaces.

Keywords: counseling, UMKM, go-digital, Lamper Lor, Semarang

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dewasa ini sudah menyentuh berbagai sektor dimasyarakat. Penggunaan internet telah mendominasi berbagai kegiatan masyarakat. Secara umum, internet bisa

menjadi media publikasi atas suatu produk. Hal itu akan berdampak besar bagi para pelaku bisnis. Dalam aspek persaingan, akan terbentuk tingkat kompetisi ketat yang dapat mendorong perusahaan untuk beradaptasi terhadap perubahan, sehingga

perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitornya (berlilana, dkk 2020).

Era Revolusi Industry 4.0 sedang kita hadapi, dimana adanya pergeseran rantai suplai bisnis digital yang menjadi lebih sederhana. Hal ini terjadi secara universal dan tidak terhindarkan lagi. Pesatnya pemanfaatan internet berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi secara signifikan. Bisnis juga mengalami pertumbuhan yang sangat terasa, yakni bisnis berbasis online dan bisnis offline go online Cisilia (2019)

Selama terjadinya pandemi COVID-19, teknologi berperan penting dalam menjaga berbagai kegiatan masyarakat agar tetap berfungsi pada waktu PSBB (Komalasari, 2020). Digitalisasi UMKM merupakan salah satu kunci penting dalam membuat UMKM bertahan dan memperluas jangkauan pasar. Banyak pelatihan virtual yang diselenggarakan oleh berbagai pihak, baik dari instansi pemerintahan maupun swasta. Pelaku UMKM dituntut berubah menjadi pelaku UMKM yang go-digital dimana kegiatannya berbasis online.

Kelurahan Lamper Lor merupakan salah satu wilayah Kelurahan di Kecamatan Semarang Selatan. Kelurahan Lamper Lor memiliki jumlah Rukun Warga sebanyak 5 RW dan Jumlah Rukun Tetangga sebanyak 40 RT. Batas wilayah Kelurahan Lamper Lor meliputi Sebelah Utara : Kelurahan Pandean Lamper, Sebelah Timur : Kelurahan Lamper Tengah, Sebelah Selatan : Kelurahan Lamper Kidul, dan Sebelah Barat : Kelurahan Peterongan. Kelurahan ini memiliki komunitas UMKM yang diberi nama Gerai Kopi&mi yang dikelola oleh LPMK Kelurahan Lamper Lor.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk melakukan sosialisasi dan penyuluhan untuk membantu pelaku UMKM agar dapat terus berjalan di masa pandemi Covid-19 ini. Kegiatan ini meliputi pembekalan dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Kegiatan ini ditujukan agar para pelaku UMKM terbekali ilmu untuk menjalankan UMKM secara online. Pelaku UMKM

diharapkan dapat bertransaksi secara online melalui berbagai media sosial.

Permasalahan Mitra

Hasil diskusi dengan ketua dan sekretaris Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (LPMK) kelurahan lamper lor semarang dan pegawai kelurahan lamper lor semarang bahwa, diantara masalah yang dihadapi UMKM di kelurahan lamper lor semarang yakni seputar pemasaran produk. Berdasarkan hasil diskusi, maka bisa diambil kesimpulan berupa:

1. Pandemi covid berdampak pada omzet penjualan produk.
2. Belum mengetahui cara memanfaatkan teknologi untuk pemasaran digital.

Hal prioritas yang disepakati untuk diangkat pada Program Pengabdian ini yakni sosialisasi program penyuluhan pemasaran digital yang diharapkan mampu mengenalkan produk ke jangkauan yang lebih luas.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Terdapat beberapa alternatif usaha yang akan ditawarkan sebagai solusi dari permasalahan yang ada, meliputi:

1. Pembuatan akun di dalam media sosial untuk menjadi sarana pemasaran online.
2. Mengadakan penyuluhan tentang pemasaran online.
3. Mengadakan forum diskusi untuk mentaksir biaya produk, pembuatan laporan keuangan, pengetahuan tentang perpajakan, dan pengelolaan sumber daya manusia.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian dibagi menjadi 2 tahap yang meliputi tahap survei dan Tahap Penyuluhan. Tahap Awal dilakukan dengan cara survei lapangan dengan mencari informasi kepada Pengurus LPMK Lamper Lor dan perwakilan kelurahan mengenai potensi wilayah, jenis UMKM, kondisi sosial ekonomi penduduk sehingga

teridentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi masyarakat Kelurahan Lamper Lor dan menawarkan solusi untuk membantu mengatasi permasalahan tersebut di dalam serangkaian program penyuluhan.

Tahap penyuluhan terdiri dari 4 kegiatan yaitu pembukaan, penyampaian materi, tanya jawab dan penutupan. Pembukaan meliputi registrasi peserta, menyanyikan lagu Indonesia Raya dan sambutan-sambutan, baik dari STIE Bank BPD Jateng, Bapak Lurah, Ketua Gerai Kopi&Mi, dan Ketua LPMK Kelurahan Lamper Lor.

Tahap Penyampaian materi dan sesi tanya jawab meliputi materi Penentuan Biaya Produksi, Akuntansi untuk UMKM, perpajakan UMKM, Pemasaran Digital, dan pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia. Tahap penutup meliputi penyerahan doorprize kepada peserta, penyerahan kenang-kenangan dan ucapan terimakasih kepada Lurah Lamper Lor, dan Foto Bersama.

Go-Digitalisasi UMKM pada penyuluhan ini menitikberatkan pada aspek promosi dan perluasan akses pasar. Dalam hal promosi maupun perluasan akses pasar, pelaku UMKM dapat memanfaatkan *platform* yang ada. Berbagai bentuk media sosial maupun *market place* sudah sangat menjamur. Instagram, facebook, tiktok, hello, hingga youtube merupakan contoh berbagai macam bentuk media sosial yang dapat digunakan untuk promosi dan perluasan akses pasar. Adapun grab, go-jek, Tokopedia, blibli hingga shopee merupakan berbagai macam bentuk *market place* yang dapat dijadikan wadah didalam menjalankan bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rangkaian kegiatan pengabdian di Kelurahan Lamper Lor Kota Semarang berjalan lancar, dilaksanakan di Kantor Kelurahan Lamper Lor Kota Semarang yang dihadiri oleh 35 pelaku UMKM. Hasil kegiatan yaitu masyarakat telah

mendapatkan wawasan baru tentang Penentuan Biaya Produksi, Akuntansi untuk UMKM, perpajakan UMKM, Pemasaran Digital, dan pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia.



Gambar 1. Foto bersama bapak lurah, ketua LPMK, dan ketua gerai kopi&mi

Sesi Penentuan Biaya Produksi, peserta penyuluhan mulanya diberikan wawasan mengenal apa itu biaya produksi, manfaat dan tujuannya, komponen biaya produksi, hingga contoh perhitungan biaya produksi. Hal ini ditujukan agar peserta penyuluhan mampu menentukan jumlah biaya produksi dengan tepat, mampu mengendalikan biaya secara efektif dan efisien, mampu menentukan harga jual produk, dan mampu mentaksir laba usahanya.



Gambar 2. Penyampaian materi penentuan biaya produksi

Sesi materi Akuntansi untuk UMKM meliputi penjabaran definisi akuntansi, manfaat dan tujuan akuntansi untuk UMKM, aturan mengenai akuntansi untuk UMKM, metode akuntansi yang bisa dipakai, hingga penyusunan laporan keuangan. Hal ini ditujukan agar peserta penyuluhan mampu membuat pembukuan sesuai Prinsip-prinsip akuntansi berterima umum.



Gambar 3. Penyampaian materi akuntansi untuk UMKM

Sesi materi perpajakan UMKM meliputi penyampaian aturan perpajakan yang berlaku dan simulasi perhitungan perpajakan UMKM. Hal ini ditujukan agar peserta penyuluhan mampu memahami aturan perpajakan yang berlaku dan menghitung besaran pajak yang ditanggungnya.



Gambar 4. Penyampaian materi perpajakan

Sesi materi pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia meliputi penjelasan seputar sumber daya manusia, pola komunikasi, dan arahan mempersiapkan sumberdaya manusia yang siap memanfaatkan teknologi. Hal ini ditujukan agar peserta penyuluhan mengelola sumber daya manusianya dengan baik sehingga siap dalam menghadapi perubahan yang terjadi.



Gambar 5. Penyampaian materi manajemen sumber daya manusia

Sesi materi inti dan puncak, yakni Pemasaran Digital. Sesi ini meliputi penjelasan mengapa sekarang perlu digitalisasi, manfaat dan tujuan digitalisasi, kelemahan dan keunggulan digitalisasi, hingga cara mendaftarkan diri pada e-commerce. Hal ini ditujukan agar peserta penyuluhan tergugah untuk mendigitalisasikan usahanya, sehingga jangkauan pasar diharapkan nantinya bisa semakin meluas.

Sesi ini menjadi titik utama yang disampaikan. Berawal dari penyajian data pengguna internet dan sosial media, penyaji ingin menginformasikan bahwasanya terdapat peluang yang sangat besar untuk bisa memperluas pemasaran melalui internet. Pelaku UMKM dapat masuk e-commerce dengan tahap berikut;

1. Menjadi *seller/merchant* di *online marketplace/online retailer*
2. Menjual di sosial media dan promosi berbayar
3. Kerjasama/kolaborasi penjualan seperti *dropship*



Gambar 6. Penyampaian materi pemasaran digital

Antusias peserta Nampak sangat besar, dimana saat sesi tanya jawab, diskusi, dan pendampingan berjalan aktif. Pelaku UMKM diarahkan agar bisa mengikuti perkembangan digital, terutama dalam melaksanakan promosi hingga transaksi jual beli. Di akhir sesi, tim mencoba membuat praktek untuk mempromosikan produk-produk UMKM melalui media sosial. Pemberian edukasi kepada pelaku UMKM agar kedepan bisa mengaplikasikan pengelolaan usahanya secara digital. Pemahaman terhadap media digital diarahkan untuk bisa melakukan promosi atau pemasaran produknya secara online. Sehingga dapat meningkatkan penghasilan pelaku UMKM itu sendiri dengan memanfaatkan handphone dan akun-akun media sosial yang dimiliki para pelaku UMKM.



Gambar 7. Antusias dan perhatian peserta penyuluhan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat Kelurahan Lamper Lor Kota Semarang tentang Penentuan Biaya Produksi, Akuntansi untuk UMKM, perpajakan UMKM, Pemasaran Digital, dan pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia. Penyuluhan yang dilakukan masih sebatas penyampaian materi melalui diskusi dan tanya jawab. Penyuluhan ini tentunya masih memiliki keterbatasan dan disarankan untuk kedepannya bisa memberikan pendampingan dalam membuat media pemasaran dan penjualan secara online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada STIE Bank BPD Jateng yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini dan Kelurahan Lamper lor sebagai tuan rumah.



Gambar 8. Foto bersama peserta

DAFTAR PUSTAKA

- Berlilana, Rinda Utami, Wiga Maulana Baihaqi (2020) Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi Industri 4.0 Terhadap Perkembangan UMKM Sektor Industri Pengolahan. Jurnal Matrix, Vol. 10, No. 3, November 2020
- Debi S Fuadi, Ade Sadikin Akhyadi, Iip Saripah (2021) Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku Ukm Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah Nomor: 1 Volume. 5
- Devi Krisnawati (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi UMKM Di Indonesia. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana Vol.6. No. 1 Januari 2018
- Hesti Respatiningsih, Anes Arini, Bayu Kurniawan (2020). Kemampuan Adaptasi UMKM Di Era Revolusi Industri 4.0. Segmen Jurnal Manajemen Dan Bisnis Volume 16 No 2
- Ranita Puspa Sari, Deri Teguh Santoso (2019). Pengembangan Model Kesiapan UMKM Di Era Revolusi

Industri 4.0. Jurnal Media Teknik & Sistem Industri Vol. 3 No.1 Hal. 37-42

Rusdi Hidayat N, Sonja Andarini (2020). Strategi Pemberdayaan UMKM Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. Jurnal Bisnis Indonesia https://lamperlor.semarangkota.go.id/profil_kelurahan diakses pada 10 oktober 2022