

KEGIATAN PENDAMPINGAN SMART PROGRAM UNTUK UMKM INDONESIA

Putri Vavensy¹, Himawan Mukceli², Keni Keni³

¹Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara
Email: putri.115190238@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara
Email: himawan.115190368@stu.untar.ac.id

³Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara
Email: keni@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

The Sustainability Management and Appropriate Responsible Technology (SMART) Program is a certified internship program assisting MSMEs that runs for approximately 6 months organized by OK OCE Indonesia. OK OCE itself is an association of job creation social movements engaged in entrepreneurship. This SMART program aims to provide training to MSME owners to optimize technology over time so that their business can grow bigger and more successful. This program is run by 1 team that is divided into 5 divisions, which are business coaching division, digital learning division, business systems specialist division, financial advisor division, and website and social media developer division. We observed MSMEs that need assistance to scale up their business, then we conducted an interview stage to discuss the background of the business and its problem. Moreover, we identified existing problems and discussed the solutions. Then, we conveyed the solution to the MSME owner, if it is accepted then we start implementing the solution with the MSME owner. After all solutions have been implemented, the last step is to evaluate and make reports before and after mentoring MSMEs. We concluded that all MSMEs that had not gone digital, have now started to go digital and are showing better performance.

Keywords: *OK OCE Indonesia, MSME, go digital, SMART, entrepreneurship*

ABSTRAK

Program *Sustainability Management and Appropriate Responsible Technology (SMART)* merupakan program magang bersertifikat pendampingan UMKM yang berlangsung selama kurang lebih 6 bulan yang diselenggarakan oleh OK OCE Indonesia. OK OCE sendiri merupakan suatu perkumpulan gerakan sosial penciptaan lapangan kerja yang bergerak di bidang kewirausahaan. Program SMART bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk mengembangkan usahanya. Program ini dilakukan oleh 1 tim yang terdiri atas 5 divisi, yaitu *business coaching, digital learning, business system specialist, financial advisor, dan website and social media developer*. Kami mengamati UMKM yang membutuhkan pendampingan untuk mengembangkan usahanya, kemudian kami melakukan wawancara untuk membahas latar belakang bisnis dan permasalahan yang dihadapi. Setelah itu, kami mengidentifikasi permasalahan perusahaan dan mendiskusikan solusi untuk permasalahan tersebut. Kemudian, solusi tersebut kami sampaikan kepada pemilik UMKM yang apabila diterima, kami akan mulai merealisasikan solusi tersebut bersama pemilik UMKM. Setelah semua solusi direalisasikan, tahap terakhir berupa evaluasi dan membuat laporan sebelum dan sesudah pendampingan kepada UMKM. Kami menyimpulkan bahwa semua UMKM yang sebelumnya belum *go digital*, sekarang sudah mulai *go digital* dan memperoleh kinerja yang lebih baik.

Kata kunci: *OK OCE Indonesia, UMKM, go digital, SMART, kewirausahaan*

1. PENDAHULUAN

UMKM telah menjadi sebuah pilar penting bagi perekonomian Indonesia (Bursa Efek Indonesia, 2022). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada dan dapat menghimpun 60,4% dari total investasi (Kementerian Investasi, 2021). Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga disertai dengan tantangan yang besar, seperti pengembangan strategi finansial dan pemasaran

(Naufalin, 2020), ataupun kondisi yang tidak sesuai harapan, sehingga UMKM mengalami penurunan kualitas produk ataupun jumlah usaha.

Kondisi tersebut tentu berbanding terbalik dengan program pemerintah yang berupaya untuk mendukung UMKM agar terus berkembang dan menyokong perekonomian negara. Dalam rangka menghadapi permasalahan tersebut, OK OCE Indonesia bekerja sama dengan program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) membuka lowongan magang untuk mahasiswa menjalankan program SMART. SMART merupakan singkatan dari *Sustainability Management and Appropriate Responsible Technology* yang diselenggarakan oleh OK OCE Indonesia untuk memberikan pendampingan kepada UMKM, terutama UMKM yang belum *go digital*, supaya UMKM tersebut bisa *go digital* dan beradaptasi dengan era teknologi dan bisnisnya dapat berkembang lebih luas. Kegiatan ini dilaksanakan selama enam bulan dan dilakukan secara berkelompok yang dikelompokkan sesuai dengan lima divisi perusahaan.

Salah satu permasalahan UMKM pada kegiatan ini berupa tidak memiliki dan tidak memahami cara mengelola akun media sosial dan *online shop*, tidak mencatat laporan keuangan, tidak mengetahui teknik *marketing* dengan *soft selling*, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, solusi yang kami berikan berupa membantu membuatkan akun media sosial dan *online shop*, memberikan video tutorial mengenai transaksi di *online shop*, merekomendasikan aplikasi pencatatan keuangan yang mudah, menginformasikan teknik *marketing* yang lebih efektif, dll.

Penerapan SMART pada UMKM

Program SMART oleh OK OCE Indonesia bertujuan untuk mengajarkan tentang keberlangsungan ilmu manajemen dan penggunaan teknologi yang benar dan bertanggung jawab untuk pelaku UMKM (Kumparan, 2017). Program tersebut bertujuan untuk mengurangi pengangguran dan tutupnya usaha akibat tidak bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman dan tidak bisa mengatur manajemen pada permasalahan dalam usaha mereka. Oleh sebab itu, untuk memajukan perekonomian bangsa, OK OCE memberikan pendampingan dan pelatihan terkait manajemen dalam usaha, seperti operasional, keuangan, SDM, pemasaran dan penggunaan teknologi (optimalisasi *website*, konten media sosial, Whatsapp, tiktok, dsb). Selain itu, pelatihan juga membahas mengenai optimalisasi penggunaan *e-commerce*, seperti tampilan profil, deskripsi toko di *marketplace*, dan penggunaan *ads* produk yang cocok untuk dijual melalui *e-commerce*.

Program ini berlangsung selama lima bulan. Pada bulan Februari berupa training dan pengenalan teori, pada bulan Maret berupa *workshop* nasional untuk masyarakat, lalu pada bulan Maret - Juni adalah proses pendampingan. Terakhir, bulan Juni sampai awal Juli adalah evaluasi, penilaian, pembuatan laporan, dan dokumentasi. Pada bulan Maret, kami divisi *business coaching* mengadakan *workshop* dengan topik “Strategi Mudah Membangun Merek Produk Melalui Tiktok” dengan berfokus pada tema *digital marketing*. Pada bulan April, kami bergabung dengan kelompok yang terdiri dari 6 orang yang merupakan kombinasi dari berbagai divisi, yaitu 2 orang dari *business coaching*, 1 orang dari *business system specialist*, 1 orang dari *digital learning*, 1 orang dari *website & social media*, dan 1 orang dari *financial advisor*. Kami mencari dan mendampingi 5 UMKM yang bersedia didampingi dengan lokasi yang tersebar luas di Indonesia.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Waktu dan tempat pelaksanaan PKM

Kegiatan ini dilaksanakan secara fleksibel. Dalam 1 minggu, kami hanya wajib melakukan kegiatan *mentoring* secara *offline* setiap hari Senin di Mal Pelayanan Publik untuk meng-*update progress* pendampingan 5 UMKM. Selain hari Senin, kami bisa bebas melakukan pendampingan terhadap 5 UMKM sesuai dengan kesepakatan antara tim dengan pemilik UMKM. Apabila tidak memungkinkan untuk mendampingi secara *offline*, kami dapat mendampingi secara *online*.

Kegiatan yang dilakukan selama PKM

1. Proyek acara *business coaching division*

Setelah pengenalan kegiatan magang MBKM dan pengenalan mitra Perkumpulan Gerakan OK OCE Indonesia, penulis bersama *business coaching division* melaksanakan webinar untuk pelaku UMKM dengan judul “Strategi Mudah Membangun Merek Produk Melalui Tiktok”. Webinar ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan informasi kepada pelaku UMKM mengenai:

- a. Pentingnya media sosial tiktok sebagai media pemasaran untuk meningkatkan penjualan.
- b. Cara strategis memaksimalkan media sosial tiktok untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang dijual.
- c. Cara membuat konten tiktok agar *trending* atau FYP (*For You Page*).
- d. Peluang dan tantangan dalam menggunakan media sosial tiktok.

Peserta webinar sebanyak 200 orang yang terdiri atas 40 anggota OK OCE Youth, 7 mentor, dan 153 peserta umum. Mayoritas peserta merupakan pelaku usaha yang berusia 19-50 tahun. Namun, mayoritas peserta tersebut merupakan anak muda karena target webinar ini adalah mahasiswa.

2. Pendampingan UMKM

Kami mendampingi UMKM agar bisa *go digital* dan kami berupaya memberikan solusi untuk permasalahan UMKM. Gambar 1 merupakan *flowchart* proses pendampingan UMKM.

Gambar 1

Flow chart proses pendampingan UMKM



Berikut ini merupakan deskripsi kegiatan yang ditunjukkan pada Gambar 1:

- a. Wawancara

Kami melakukan wawancara kepada 5 UMKM yang telah kami pilih. Wawancara tersebut mengenai proses pengenalan dan pembahasan mengenai latar belakang dan permasalahan UMKM.

- b. Identifikasi permasalahan
Berdasarkan hasil proses wawancara, kami mengidentifikasi permasalahan UMKM dan menentukan permasalahan yang berpengaruh besar terhadap perkembangan bisnis UMKM.
- c. Diskusi *problem solving*
Setelah menentukan beberapa permasalahan, kami melakukan diskusi bersama tim untuk memberikan solusi yang tepat.
- d. *Mentoring* (penyusunan *problem solving*)
Kemudian, kami melaporkan solusi kepada *mentor*. Kami juga menanyakan beberapa tambahan solusi dari *mentor* dan *mentor* memberikan saran supaya solusi lebih efektif.
- e. Penyampaian solusi kepada UMKM
Kami menyampaikan solusi yang sudah kami susun kepada 5 UMKM dampingan.
- f. Approval solusi
UMKM menerima solusi yang kami berikan.
- g. Penerapan solusi
UMKM mencoba menerapkan solusi yang kami berikan.
- h. Evaluasi
Kemudian, kami mengamati sejauh mana solusi berdampak terhadap penyelesaian permasalahan UMKM. Jika dampaknya belum optimal, kami berdiskusi kembali solusi lain yang lebih tepat dan dirasa lebih efektif.
- i. Kunjungan akhir dan laporan *before after*
Proses terakhir adalah melaporkan hasil proses pendampingan 5 UMKM. Kami melaporkan kondisi *before after* (sebelum dan sesudah melakukan pendampingan) untuk mengetahui dampak pendampingan terhadap perkembangan bisnis UMKM.

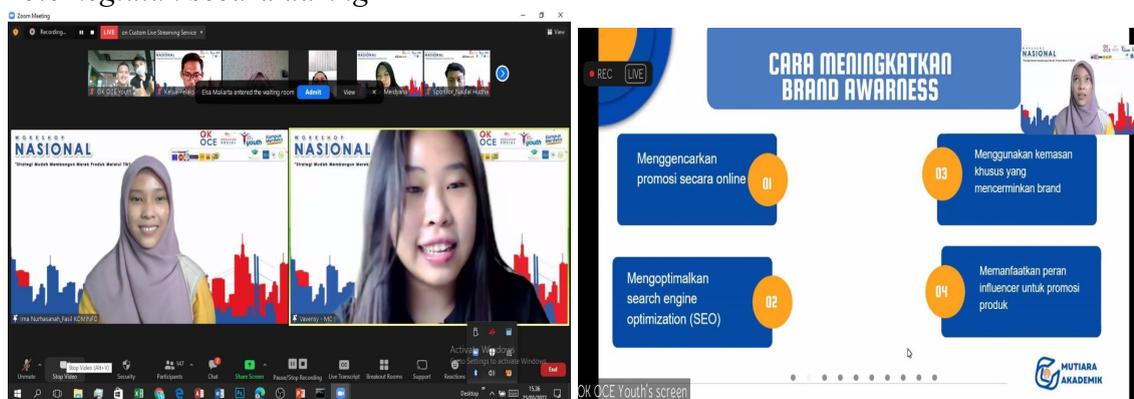
Metode pengukuran *output* kegiatan PKM

Metode pengukuran *output* kegiatan ini berupa keberhasilan UMKM yang sudah mulai *go digital* dengan memberikan bukti laporan pendampingan *before after*.

Foto selama kegiatan PKM

Gambar 2

Foto kegiatan secara daring



Gambar 2 menunjukkan pelaksanaan kegiatan secara daring pada saat pengadaan webinar yang bertajuk “Strategi Mudah Membangun Merek Produk Melalui Tiktok”.

Gambar 3

Foto kegiatan secara daring



Gambar 3 menunjukkan pelaksanaan kegiatan pendampingan yang diberikan kepada UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pendampingan yang telah kami lakukan kepada UMKM, Tabel 1 menjabarkan permasalahan yang biasa mereka hadapi dan solusi yang kami tawarkan.

Tabel 1

Permasalahan mitra dan solusi untuk mitra

No.	Permasalahan	Solusi
1.	Belum memiliki <i>marketplace</i> dan akun media sosial.	Membuatkan akun <i>marketplace</i> dan <i>online shop</i> .
2.	Tidak paham dalam mengoperasikan <i>marketplace</i> dan akun media sosial.	Memberikan pelatihan dan video tutorial untuk mempelajari cara pengoperasiannya.
3.	Tidak memiliki <i>website</i> dan akun Google <i>My Business</i> .	Membantu membuat <i>website</i> dan akun Google <i>My Business</i> .
4.	Tidak paham pemasaran digital.	Memberikan arahan mengenai optimalisasi media sosial, seperti <i>upload</i> konten secara rutin dan menata konten <i>feeds</i> .

5.	Tidak mencatat laporan keuangan/ laporan keuangan masih bersifat manual.	Memberikan saran aplikasi pencatatan laporan secara <i>online</i> yang mudah untuk UMKM.
6.	Tidak memiliki logo usaha.	Membantu membuat logo usaha.
7.	Belum ada izin usaha.	Membantu memberikan informasi terkait SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan).
8.	Ingin memperbarui desain kemasan.	Membantu <i>re-design</i> kemasan produk.
9.	Pembayaran belum <i>cashless</i> .	Memberikan sosialisasi mengenai pentingnya pembayaran <i>cashless</i> (<i>e-wallet</i> dan QRIS).
10.	Kurangnya motivasi dan konsistensi dalam menjalankan bisnis.	Membantu memberikan motivasi dan keuntungan yang bisa didapat apabila bisnis berjalan lancar.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Selama kegiatan berlangsung, baik itu pembuatan *workshop* maupun kegiatan pendampingan UMKM, semua peserta sangat antusias. Saat mengadakan *workshop*, kami hanya menargetkan 120 peserta. Namun, tak disangka ternyata *workshop* dihadiri oleh 200 orang. Kemudian, dalam pendampingan UMKM, semua peserta sangat antusias. Walaupun kami mendampingi pelaku UMKM yang berusia lebih tua, tetapi kami tetap saling menghargai, menghormati, dan *sharing* pengalaman satu sama lain. Hasilnya, semua UMKM yang kami dampingi sudah ber-*progress* menjadi UMKM yang *go digital*, yang bisa menyesuaikan dengan era teknologi zaman sekarang.

Kami menyarankan program SMART untuk UMKM dapat dijalankan terus-menerus supaya pelaku UMKM yang belum memahami teknologi dapat *go digital*, sehingga UMKM dapat semakin berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia.

REFERENSI

- Bursa Efek Indonesia. (2022, Februari 6). Begini Pentingnya Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. Diakses dari <https://www.idxchannel.com/economics/begini-pentingnya-peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021, Mei 5). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. Diakses dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Kementerian Investasi. (2021). Upaya Pemerintah untuk Memajukan UMKM Indonesia. Diakses dari <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- Kumparan. (2017, Desember 31). Sasar Pedagang Menengah ke Bawah, Sandi Luncurkan OK OCE Smart. Diakses dari <https://kumparan.com/kumparannews/sasar-pedagang-menengah-ke-bawah-sandi-luncurkan-ok-oce-smart/2>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2022). Kampus Merdeka. Diakses dari <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/>
- Naufalin, L. R. (2020). Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, 22(1), 95-102.