

LAPORAN AKHIR  
PENGABDIAN MANDIRI

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO  
TAHUN 2023



**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM PASCA PANDEMI DIKAWASAN TELUK  
TOMINI DI KABUPATEN GORONTALO**

TIM PELAKSANA

**Sudirman, S.Pd.,M.Pd / 0020048202 / Ketua**

Biaya Melalui Dana PNBPN UNG Tahun 2023

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO  
TAHUN 2023

**HALAMAN PENGESAHAN  
PENGABDIAN MANDIRI 2023**

1. Judul Kegiatan : Pengembangan UMKM Pasca Pandemi di Desa Molotabu, Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango.
2. Lokasi : Desa Molotabu
3. Ketua Tim Pelaksana
  - a. Nama : Sudirman, S.Pd., M.Pd.
  - b. NIP : 198204202015041001
  - c. Jabatan/Golongan : Lektor / 3 d
  - d. Program Studi/Jurusan : S1 Pendidikan Ekonomi / Pendidikan Ekonomi
  - e. Bidang Keahlian :
  - f. Alamat Kantor/Telp/Faks/E-mail : 081342118082 / sudirman@ung.ac.id
  - g. Alamat Rumah/Telp/Faks/E-mail : -
4. Anggota Tim Pelaksana
  - a. Jumlah Anggota : -
  - b. Nama Anggota I / Bidang Keahlian : -
  - c. Nama Anggota II / Bidang Keahlian : -
  - d. Mahasiswa yang terlibat : 7 orang
5. Lembaga/Institusi Mitra
  - a. Nama Lembaga / Mitra : Desa Molotabu
  - b. Penanggung Jawab : AYAHANDA
  - c. Alamat/Telp./Fax/Surel : -
  - d. Jarak PT ke lokasi mitra (km) : 10
  - e. Bidang Kerja/Usaha : USAHA UMKM
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : - bulan
7. Sumber Dana : Biaya Sendiri
8. Total Biaya : Rp. 2.000.000,-

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi



Gorontalo, 16 Juni 2023  
Ketua

(Sudirman, S.Pd., M.Pd.)  
NIP. 198204202015041001



Mengetahui/Mengesahkan  
Ketua LPM UNG

(Prof. Dr. Dra. Novri Y. Kandowangko, M.P)  
NIP. 196811101993032002

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur kehadirat ALLAH SWT, karena atas perkenanNYA laporan pelaksanaan sosialisasi kewirausahaan bagi masyarakat desa lupoyo kecamatan telaga biru kabupaten gorontalo pada bulan April tahun 2016 dapat diselesaikan.

Tujuan dari pembuatan laporan ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai pelaksanaan kegiatan serta sebagai bentuk pertanggungjawaban Dosen pelaksana kepada pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan kegiatan, bahwa Sosialisasi Strategi Pengembangan UMUMK Bagi Masyarakat Desa Molotabu Kabupaten Bone Bolango tahun 2023 telah dilaksanakan.

Pelaksanaan Sosialisasi Strategi Pengembangan UMKM Bagi Masyarakat Desa Molotabu Kabupaten Bone Bolango tahun 2023 diuraikan secara jelas pada laporan kegiatan ini, diantaranya : tujuan yang hendak dicapai, sasaran pelaksanaan kegiatan, waktu dan tempat pelaksanaan serta output dari pelaksanaan kegiatan.

Laporan kegiatan ini semoga dapat menjadi bahan evaluasi dan tolok ukur dalam Sosialisasi Strategi Pengembangan UMKM Bagi Masyarakat Desa Molotabu Kabupaten Bone Bolango tahun 2023 dan menjadi bahan perbaikan untuk masa yang akan datang.

Gorontalo, Maret 2023

Pelaksana

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Daftra Isi .....	iv
Bab I. PENDAHULUAN.....	1
Bab II. PERMASALAH DAN SOLUSI	
A. Permasalahan .....	10
B. Solusi .....	10
Bab III. PEMBAHASAN.....	11
Bab IV. Penutup	
A. Kesimpulan .....	14
B. Saran .....	14
Daftar Pustaka .....	15
Lampiran.....	16

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Kata pemulihan kerap menjadi satu isu yang sangat diminati baik oleh pemerintah yang memegang kebijakan atas pembangunan ekonomi maupun masyarakat sebagai pelaku ekonomi. Pemulihan memang diinginkan dan diinginkan oleh seluruh lapisan masyarakat setelah hampir 3 tahun penuh melalui era pandemic Covid-19 dengan berbagai kesulitan, terutama dalam masalah ekonomi.

Sudah menjadi satu sejarah, dimana seluruh dunia terkena dampak akibat pandemic Covid-19. Fakta terungkap, diperkirakan 25 juta orang di seluruh dunia kehilangan pekerjaan (Indira Rezkisari, 2020). Hasil survei yang dilakukan secara online oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Badan Litbang Ketenagakerjaan Kementerian Ketenagakerjaan dan Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, pada 24 April sampai 2 Mei 2020 terhadap penduduk usia 15 tahun keatas, dengan jumlah responden yang terjaring sebanyak 2.160 responden dari 34 provinsi di Indonesia, mengungkapkan bahwa Sebanyak 15,6 persen pekerja mengalami PHK dan 40 persen. pekerja mengalami penurunan pendapatan, diantaranya sebanyak 7 persen pendapatan buruh turun sampai 50 persen. Dalam dua hingga tiga bulan ke depan, pengangguran bertambah 25 juta orang, terdiri dari 10 juta pekerja mandiri dan 15 juta pekerja bebas. (Nindya Aldila, 2020)

Di Indonesia, dampak Covid-19 bagi UMKM sangat terasa. UMKM yang selama ini cukup membantu perekonomian negara, pada masa pandemic mengalami penurunan omset. Sementara itu UMKM yang melakukan kegiatan ekspor impor harus terhenti karena kebijakan Lockdown di banyak negara. Menurunnya kuantitas ekspor dan impor, terganggunya pergerakan roda transportasi, juga terjadi karena kebijakan pembatasan di

internal domestik. Penurunan jumlah wisatawan jelas sangat berdampak bagi sentra daerah wisata. Penurunan hampir seluruh kegiatan ekonomi bahkan sampai dengan obligasi dan pasar saham secara spontanitas terganggu. (Annisa Aqidatul Izzah, 2022).

Melemahnya kemampuan dan daya beli masyarakat menjadi satu indikasi melemahnya ekonomi suatu negara diakibatkan keterbatasan gerak ekonomi yang disebabkan Covid-19. Di Indonesia sendiri kemiskinan cenderung meningkat setelah di tahun 2019 mulai terlihat ada penurunan, namun kemudian pada 3 tahun di era pandemic grafik mulai tampak naik, lebih lengkap lihat dalam gambar di bawah: (BPS, 2021)

Pemerintah Indonesia dinilai mampu menangani krisis ekonomi di masa pandemi, dengan cara memberikan subsidi kepada masyarakat yang terkena dampak, khususnya ekonomi kelas bawah. Selain itu pemberian bantuan sosial bagi pelaku UMKM, juga dianggap merupakan solusi terbaik dalam menangani krisis ekonomi di masa pandemic. Jenis bantuan yang diberikan pemerintah adalah memberikan subsidi bunga hingga Rp34,15 T, insentif pajak Rp28,06 T, dan pinjaman kredit modal kerja baru UMKM sebesar 6 T. (Suroto, 2021)

Lebih lanjut hasil dari BRI Research Institute pada tanggal 31 Maret – 16 April 2022, yang dimuat dalam artikel online yang tayang di Katadata.co.id dengan judul "Indeks Bisnis UMKM: Pelaku UMKM Makin Optimis Memasuki Kuartal II-2022", Penulis Padjar Iswara memaparkan bahwa penurunan daya tahan UMKM akibat pandemi Covid-19, perlahan mulai dapat diatasi, artinya UMKM makin menguat. Kegiatan usaha UMKM semakin membaik dibandingkan di awal-awal pandemi, dan terus menguat saat masa akhir pandemi pada tahun 2022. Hal itu tercermin dari Indeks Bisnis (IB) UMKM kuartal I-2022 yang naik dari level 104,1 ke level 104,6. (Padjar Iswara,2022)

Lebih lanjut survei tersebut juga mengungkapkan apa yang dipaparkan oleh Supari selaku direktur Bisnis Mikro BRI mengungkapkan kenaikan kegiatan usaha UMKM

ditopang oleh sejumlah faktor, diantaranya kenaikan harga komoditas perkebunan/pertanian dan meningkatnya permintaan masyarakat dalam momentum bulan Puasa dan Lebaran. Dilihat dari komponen penyusun IB UMKM, sebagian besar komponen penyusun IB UMKM kuartal I-2022 mencatatkan kenaikan terbatas. Hal ini terkait dengan eskalasi penularan Covid varian Omicron, tekanan kenaikan harga, dan kelangkaan beberapa barang yang menjadi input kegiatan usaha sebagai pelaku UMKM.

Kemudian dijelaskan juga bahwa volume produksi naik. Kenaikan tertinggi terjadi pada komponen rata-rata harga jual yang didorong oleh naiknya harga komoditas global. Pasokan produksi yang relatif terbatas, menguatnya permintaan menjelang puasa, dan aktivitas ekonomi domestik yang semakin pulih. Persediaan barang menjadi meningkat sebagai langkah antisipasi UMKM menghadapi kenaikan permintaan pada bulan Puasa dan Lebaran. Pelaku UMKM memperkirakan usahanya semakin baik dan optimis memasuki Kuartal II 2022, hal ini tercermin dari Indeks Ekspektasi Bisnis (IEB) UMKM yang berada di level 131,3. Lebih jelas dapat dilihat pada gambar di bawah (Padjar Iswara,2022).

Hasil survei kuartal I-2022 di atas juga menunjukkan bahwa kelangkaan dan kenaikan harga sangat dirasakan oleh pelaku UMKM. Sebagai gambaran, terdapat 42,7 persen pelaku UMKM pada sektor industri pengolahan, perdagangan dan restoran/warung yang menggunakan minyak goreng sebagai bahan baku/penolong untuk kegiatan produksi atau sebagai barang dagangan untuk berjualan. Selain itu, sebanyak 36,2 persen menggunakan tepung terigu, dan 37,9 persen menggunakan bahan bakar gas. Untuk komoditas minyak goreng, 73,7 persen UMKM merasakan kelangkaan dan 97,1 persen merasakan kenaikan harga yang signifikan. (Padjar Iswara,2022)

Kenaikan harga yang tinggi juga terjadi pada kedelai, jagung, tepung terigu, dan bahan bakar gas, walaupun tidak setinggi harga minyak goreng. Ketika dihadapkan pada pilihan barang tersedia tapi mahal atau barang langka tapi murah mayoritas pelaku UMKM

memilih barang mudah didapat, walaupun harganya mahal. Karena dengan tersedianya barang tersebut, pelaku UMKM tetap bisa menjalankan usahanya. (Padjar Iswara,2022)

Peningkatan kekuatan UMKM khususnya yang bergerak dalam penyediaan bahan pangan di Indonesia menjelang berakhirnya masa pandemi tentu saja karena adanya strategi pengembangan UMKM. Pemerintah sadar betul bahwa UMKM sudah berperan aktif dalam menambah kekuatan ekonomi negara. Untuk itu kebijakan pemerintah dalam peningkatan kekuatan UMKM terus digalakan.

Meskipun begitu upaya pemerintah masih belum optimal karena adanya kendala di lapangan. Masalah klasik sulitnya UMKM mendapatkan tambahan modal tentu saja masih dirasakan, kemudian mereka juga belum mendapatkan sejenis lokalisasi dan kemudahan dalam masalah tempat usaha yang tersentral. Kegiatan-kegiatan promosi yang dapat dilakukan juga masih terbatas. UMKM masih mengandalkan promosi melalui event-event tertentu seperti bazar yang diadakan oleh komunitas dan atau kementerian, beruntung UMKM yang sudah merambah dunia online baik untuk sekedar beriklan dan atau melakukan pemasaran. Kemudian standar harga juga belum dapat diselaraskan, sumber daya manusia masih terbatas, dan upaya peningkatan sumber daya manusia, seperti pelatihan pemasaran, manajemen strategi dan lainnya masih belum dapat diakses seluruh pelaku UMKM, selain juga keterbatasan pemateri dan biaya pelatihan merupakan problem tersendiri.

Meskipun hikmah dari era pandemic Covid-19 adalah memperkenalkan pemasaran dan dunia online hampir kepada seluruh masyarakat, namun dalam masalah strategi pengembangan bisnis UMKM, keterbatasan pemahaman teknologi informatika juga masih menjadi satu keterbatasan, selain juga masalah biaya IT yang masih relatif mahal. Untuk itu jurnal ini bertujuan ingin menyampaikan gagasan, ide dan hasil riset pustaka serta lapangan bahwa sangat penting bagi pemerintah dan segenapkepentingan, termasuk para pengusaha

UMKM guna meningkatkan strategi, mencari solusi dari berbagai segi dalam rangka upaya pengembangan dan penguatan UMKM pasca pandemic Covid-19..

Membahas tentang upaya pengembangan UMKM tentunya tidak akan lepas dari pentingnya sebuah rencana bisnis. Pada setiap bisnis apapun itu dibutuhkan adanya perencanaan. Perencanaan hendaknya dibuat sejak awal. Seorang manajer harus mampu membuat perencanaan dengan cermat mempertimbangkan tentang kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan dan dihubungkan dengan adanya peluang dan ancaman lingkungan.

Bisnis tanpa perencanaan akan sulit dilaksanakan dan tidak dapat diukur, sehingga lebih mudah tumbang. Adapun isi dari rencana bisnis biasanya merupakan rangkaian atau uraian secara tertulis tentang apa saja tahap-tahap yang harus dilakukan dalam proses pembuatan sampai pengelolaan, serta pengembangan usaha, termasuk didalamnya berupa rincian anggaran dan atau daftar keuangan. Selanjutnya berkaitan dengan proses pemanfaatan peluang pasar, strategi yang ingin diterapkan, yang mana hal ini akan terlihat lebih detail ketika seorang manajer mampu melihat dengan cermat apa saja yang termasuk dalam peluang, dan ancaman dari lingkungan usahanya, termasuk juga menemukan kelemahan, dan kekuatan/ potensinya untuk dapat bersaing. Keterampilan dan kompetensi sebagai preneurship, akan memberi kemudahan bagi setiap pengusaha untuk membuat perencanaan bisnis.

Selanjutnya bahwa dalam menyusun rencana usaha, pelaku usaha tentu saja akan memperhitungkan modal yang dimilikinya. Terlihat nantinya bagaimana strategi pemenuhan modal dapat dijalankan dengan cara mengupayakan kerjasama-kerjasama, termasuk melakukan pengajuan pinjaman modal baik ke lembaga perbankan maupun non perbankan. Kendati tidak mudah menuangkan semua tahapan dalam perencanaan usaha, namun pada akhirnya jerih payah akan memberikan hasil, perencanaan tersebut dapat

menjadi petunjuk bahkan menjadi pedoman daripada tahapan-tahapan penting yang harus dilakukan.

Perencanaan bisnis tentunya akan melahirkan strategi. Strategi pengembangan usaha sering difokuskan kepada penguasaan pasar, dalam hal ini adalah kegiatan promosi atau berkaitan dengan pengenalan baik produk barang maupun jasa yang dijual. Peningkatan volume penjualan tujuannya, dalam hal ini tentu saja meningkatkan omset. Pertimbangan lain adalah tentang pentingnya menciptakan nilai yang lebih besar bagi pelanggan, (Suryana, 2006). Tahapan ini tentu saja berkaitan dengan memperkenalkan kepada konsumen atau secara luas adalah pasar sasaran bahwa perusahaan memberikan solusi bagi masyarakat atas pemenuhan kebutuhannya, atau pelayanan bagi masyarakat yang membutuhkan jasa tertentu, dan memastikan bahwa pesan itu sampai pada konsumen.

Kemudian kembali kepada masalah klasik UMKM adalah bahwa tidak sedikit dari pengusaha UMKM tidak pandai melakukan perencanaan bisnisnya. Kekurangan modal usaha dibiarkan sebagai kendala, kelemahan daripada keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas juga dianggap sebagai kewajiban. Lokasi yang terpencar atau bahkan tidak sesuai standar usaha juga tidak mendapatkan satu perhatian, sampai pada titik dimana secara perlahan pemerintah menyadari bahwa meskipun kecil, UMKM telah terbukti memberikan sumbangsih dan mendorong ekonomi negara, maka perhatian pemerintah terfokus ke UMKM.

Bagaimana kemudian menyadarkan UMKM untuk menjadi lebih memperhatikan pentingnya perencanaan bisnis sebagai sebuah strategi pengembangan usahanya. Dalam hal pemerintah juga harus terus meningkatkan sumber daya manusia, artinya perhatian kepada UMKM bukan sekedar pada penyaluran dana bantuan pinjaman lunak, melainkan pelatihan, bimbingan serta pendampingan yang sifatnya membangun.

Melihat data yang ditemukan dalam banyak survey pada media massa online, bahwa

saat ini pertumbuhan ekonomi di Indonesia sebesar 60% dibantu oleh para pelaku UMKM. Sudah seharusnya sebagai pelaku UMKM bangga dengan pencapaian tersebut. Apalagi setelah selesai masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini. Sektor UMKM bisa menjadi salah satu harapan untuk dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia khususnya yang terdampak PHK karena Pandemi Covid-19, perusahaan yang hancur akibat situasi dan kondisi masa Covid-19, dan seterusnya, pada masa sekarang memiliki harapan besar dengan tersedianya secara luas lapangan pekerjaan baru.

Berbicara strategi pengembangan UMKM yang efektif diterapkan oleh para pelaku bisnis UMKM yang sedang dalam proses pengembangan, sedikitnya ada beberapa tahapan yang mencakup strategi sebagai berikut: Peratama. Pemerintah harus menyediakan alokasi paling strategis bagi sentra Kawasan UMKM. Setelah semua hal di atas sudah dilakukan sebagai pelaku bisnis, strategi pengembangan terkait lokasi ini sangat penting. Bayangkan jika di Indonesia pada setiap daerah dapat ditemukan dengan mudah sentra kerajinan tangan, lokasi produksi pangan dan berbagai hal yang dilakukan UMKM, sehingga terpusat dan konsumen dapat menjangkau secara cepat, aman dan nyaman. Meskipun di tempat yang sepi tetap dapat mencari pengunjung, apalagi dengan adanya pemasaran online, namun tetap saja lokasi ramai lebih menguntungkan.

Kedua. Pemilihan promosi secara efektif. Pada zaman modern saat ini, media online, terutama media sosial bisa sangat berperan aktif dalam mengenalkan ataupun menyebarkan informasi mengenai produk UMKM secara meluas bahkan menyentuh seluruh negara-negara dunia. Tetap saja promosi yang tepat dan efektif di berbagai media termasuk media massa dan apapun itu sangat dibutuhkan karena begitu ketatnya persaingan. Pemerintah sebetulnya dapat memberikan dukungan alat atau media gratis bagi pemasaran produk/ jasa UMKM. Jika UMKM Indonesia maju dan kuat dango international maka bangsa dan negara Indonesia akan sangat makmur.

Bagaimana pemerintah mengharapkan betul agar UMKM mampu melakukan operasionalisasi usahanya secara online seperti pesan pada gambar di bawah. Sebetulnya upaya memberikan pelatihan promosi dan mengenalkan UMKM kepada dunia online gencar dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM, namun sayangnya pemberian fasilitas berupa platform UMKM masih jarang atau dapat dibilang belum berjalan.

Ketiga. Memilih Jenis Produk yang Tepat. Strategi pengembangan UMKM berikutnya adalah memilih produk yang tepat, tentunya juga harus kreatif, inovatif, menarik dan yang penting dapat bermanfaat bagi penggunanya. Pertimbangkan hal ini dengan sangat matang, terutama bila sedang merancang strategi untuk mengembangkan UMKM. Dalam hal ini pemerintah juga dapat membantu diadakan studi banding ke luar dan atau memberikan arahan tentang bagaimana memilih jenis produk yang ingin dikembangkan. Indonesia butuh produk-produk inovatif yang selama ini dikembangkan Cina. Misalnya bagaimana abu gosok yang dikemas secara modern dengan diberikan campuran deterjen menjadi produk terbaik UMKM Indonesia yang dapat menembus dunia, mengalahkan produk Cina.

Keempat. Menentukan harga produk sesuai dengan kualitas yang maksimal. Selain menentukan modal, Di tidak boleh lupa juga untuk menyiapkan biaya operasional yang dibutuhkan. Modal dapat diartikan sebagai kumpulan uang atau barang yang nantinya akan digunakan sebagai suatu dasar untuk melakukan pekerjaan. Sementara itu, biaya operasional adalah biaya yang harus dikeluarkan sebagai pelaku usaha untuk menjalankan aktivitas setiap harinya. Biaya operasional akan mencakup bahan baku, bahan produksi, dan gaji karyawan. Walau warga di masyarakat menyukai harga murah, namun tetap harus seimbangkan harga asli dengan bahan baku dan juga biaya produksi. Karena bila kualitas produk yang diciptakan tinggi, maka konsumen akan tetap setia untuk membeli meskipun harga tidak murah. Pemerintah sebetulnya dapat memberi subsidi untuk setiap produk

UMKM, bukan hanya BUMN saja yang diberikan dukungan untuk subsidi masyarakat, melainkan seharusnya UMKM lebih banyak lagi didukungnya dalam masalah subsidi.

Kelima. Memilih Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terbaik. Jika dirasa bisnis yang dijalankan membutuhkan seorang karyawan dalam membantu ketika menjalankan UMKM, makapada UMKM juga harus memilih seseorang yang punya pandangan ataupun pengetahuan terkait bisnis yang sedang dijalankan. Jadi jangan ragu dalam melakukan seleksi maupun rekrutmen karyawan, supaya bisnis yang terus menghasilkan keuntungan. SDM yang mumpuni pada UMKM adalah keharusan. Persaingan ketat, setiap pebisnis dan atau karyawan harus terus berinovasi dalam kerjanya. Pemerintah dalam hal ini harus lebih banyak lagi mengadakan pelatihan bagi penggerak UMKM, selain itu bahwa berbagai upaya pengembangan SDM adalah salah satu kebutuhan dalam pembangunan ekonomi nasional.

## **BAB II**

### **PERMASALAH DAN SOLUSI**

#### **A. PERMASALAHAN**

1. Ketidak tahuan masyarakat didalam mengembangkan UMKM.
2. Kurangnya pemahaman masyarakat khususnya penguasaan IT didalam mengembangkan UMKM
3. Kurangnya inovasi masyarakat didalam mengelola UMKM
4. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap Strategi pengembangan UMKM

#### **B. SOLUSI**

1. Masyarakat memiliki pengetahuan terhadap pengembangan UMKM
2. Masyarakat memiliki pengetahuan tentang IT didalam pengembangan UMKM
3. Masyarakat telah memiliki inovasi didalam pengembangan dan pengelolaan UMKM
4. Masyarakat memiliki pengetahuan tentang strategi pengembangan UMKM.

### **BAB III**

#### **PEMBAHASAN**

Apa yang sudah dipaparkan di atas maka lebih jelas terangkum pada kesimpulan ini. Bahwa setiap pelaku usaha hendaknya harus memiliki perencanaan usaha yang matang. Fungsi perencanaan usaha secara umum seperti yang dipaparkan di atas adalah meliputi: *Pertama*, memberi petunjuk tahapan-tahapan kegiatan bisnis kedepan, termasuk pengembangan rencana strategi untuk mencapai tujuan. Rencana bisnis pada akhirnya dapat memberi arah bagi Manajer dan karyawan. UMKM pada umumnya tidak memiliki rencana tertulis secara detail, tetapi sewajarnya memiliki rencana usaha yang ada di kepala setiap pengusaha, dan dikelola oleh dirinya dan keluarganya.

Perencanaan secara tertulis dibutuhkan UMKM agar mudah melakukan upaya pengembangan usaha. UMKM dengan jumlah karyawan yang masih belum sebanyak perusahaan besar mungkin saja karyawan bekerja tanpa harus mengikuti SOP secara ketat dari sebuah turunan rencana kerja perusahaan. Tapi jika tujuan UMKM adalah besar maka hendaknya perencanaan itu dibuat dengan ideal.

*Kedua*, adalah untuk menarik pemberi pinjaman dan penanam modal. Perencanaan yang dibuat secara sederhana dan tanpa penyajian yang baik tidak akan memberikan dorongan bagi peminjam atau penanam modal dalam memberikan pinjaman dan menanam modalnya. Sebut saja perbankan yang selalu saja memberikan syarat-syarat yang bahkan sulit ditembus oleh UMKM. Syarat meminjam dana atau modal rendah bunga pada umumnya sangat ketat, termasuk didalamnya proposal yang mencakup perencanaan bisnis yang lengkap. Hal tersebut akan memberi dorongan bahkan kemudahan untuk pencairan dana dari pihak perbankan dan atau lembaga keuangan lainnya yang membuka peluang kerjasama dengan UMKM.

Administrasi dan dokumentasi. UMKM lemah dalam masalah ini, semua tahapan tentang apa pun yang tertulis kecuali pembukuan keuangan, jarang dilakukan dengan baik dan benar, termasuk masalah pajak. Dalam hal ini pemerintah harus memahami berbagai keterbatasan atas kemampuan sumber daya manusia yang jelas membutuhkan bimbingan, agar UMKM dapat menjalankan usahanyadengan cara baik dan benar.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dampak pandemi COVID-19 pada UMKM sangat besar sehingga membutuhkan suatu strategi untuk pemulihan ekonomi bagi para pelaku usaha, salah satunya strateginya adalah meningkatkan kualitas SDM melalui pendidikan dan pelatihan. Perubahan strategi ini juga memerlukan dukungan dari berbagai komponen yang ada di pemerintahan. Meningkatkan kualitas SDM akan juga meningkatkan kemampuan membuat produk yang lebih unik dan istimewa agar bisa bersaing dengan produk dari bisnis besar. Selain itu akan meningkatkan pengetahuan dan keahlian dalam teknis produksi usaha, meningkatkan keterampilan manajerial didalam usahanya, meningkatkan pengetahuan menyusun keuangan dalam usahanya dan juga pengetahuan tentang pemasaran dan promosi yang digunakan guna memperluas jaringan pasar. Sementara itu, keterampilan para pelaku UMKM sendiri di bidang pengelolaan SDM juga harus diberikan perhatian yang tinggi, agar dapat tumbuh dan berkembang dalam mengelola faktor internal maupun eksternal di lingkungan usahanya. Pengelola SDM bagi UMKM merupakan keterampilan penting yang harus dimiliki oleh para pelaku usaha. Pelatihan dan pengembangan SDM tidak terbatas pada pemilik bisnis saja, tetapi untuk semua pekerja, untuk semua aspek bisnis termasuk pengetahuan tentang tata kelola SDM di UMKM

Untuk itu dianggap penting adanya upaya pengembangan UMKM, dan terkait dengan bagaimana strategi pengembangan UMKM di Indonesia betul-betul diupayakan secara maksimal. Seperti sudah dipaparkan di atas, maka minimal pemerintah harus mendukung adanya 4 kondisi dari strategi pengembangan UMKM secara berkelanjutan, yaitu mencakup. *Pertama*, lokasi usaha, Penulis berpendapat agar pemerintah segera memberikan alokasi yang resmi dan strategis, termasuk didalamnya adalah pendataan, sehingga semua UMKM di masing-masing daerah hendaknya dikumpulkan dalam satu lokasi strategi yang terkoordinasi dengan baik. *Kedua*, penulis juga menyarankan untuk ada kepentingan pemerintah ikut memilihkan produk, didalamnya termasuk tentang kualitas dan kuantitas produk.

*Ketiga*, usaha promosi, selama ini UMKM sangat minim melakukan promosi, maka sangat diperlukan adanya promosi yang disponsori oleh kementerian bersangkutan terkait dengan pemasaran UMKM. *Keempat*, penetapan harga, jelas pemerintah harus ikut andil dalam masalah harga, karena selama pasca pandemic khususnya masalah instabilitas harga terus terjadi terutama bagi bahan pokok produksi pangan para UMKM yang menjalankan usaha makanan dan atau minuman, sehingga mereka sangat kesulitan dalam masalah pengembangan usahanya, jika penetapan harga tidak dapat stabil. Kelima masalah pengusaha UMKM dan atau sumber daya manusianya, hendaknya pelatihan yang diberikan kementerian tidak terbatas pada pelatihan yang sifatnya sangat dangkal atau bahkan umum, tetapi lebih kepada kekhususan dan terus menerus.

## Daftar Pustaka

- Annisa Aqidatul Izzah, 2022, Bagaimana Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19  
<https://www.kompasiana.com/annisaaqidatulizzah2246/6299e6bece96e57fd097262/bagaimana-strategi-pemulihan-ekonomi-pasca-pandemi-Covid-19>
- Asmini, A., Utama, I. N., Haryadi, W., & Rachman, R. 2020. Manajemen Business Cycle Sebagai Basis Peluang Usaha Pasca Covid-19: Suatu Strategi Pemulihan Ekonomi Masyarakat. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 121–129.
- Anonim, 2021, Pemerintah Optimalkan Program Perlindungan Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro - Berita Terkini | Covid19.go.id
- Indira Rezkisari, 2020, 25 Juta Orang Dunia Diperkirakan Menganggur Akibat Covid-19, 25 Juta Orang Dunia Diperkirakan Menganggur Akibat Covid-19 | Republika Online
- Marlinah, L. 2020. Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *JURNAL EKONOMI*, 22(2), 118– 124.
- Nindya Aldila, 2020, "25 Juta Orang Diperkirakan Kehilangan Pekerjaan Akibat Covid-19", <https://kabar24.bisnis.com/read/20200519/15/1242794/25-juta-orang-diperkirakan-kehilangan-pekerjaan-akibat-Covid-19>.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. 2020. Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis & Akuntansi*, 5(2), 212–224.
- Padjar Iswara, 2022, "Indeks Bisnis UMKM: Pelaku UMKM Makin Optimis Memasuki Kuartal II- 2022" <https://katadata.co.id/padjar/berita/6269fa983abec/indeks-bisnis-umkm-pelaku-umkm-makin-optimis-memasuki-kuartal-ii-2022>
- Sugiyono 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Alfabeta, CV.
- Sugiri, D. 2020. Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid- 19 Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi, 19(1), 76– 86.
- Thaha, A. F. 2020. Dampak COVID-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147–153.
- Suroto, "PEN Jurus Pemerintah Menangani Krisis Ekonomi di Masa Pandemi", <https://www.kompasiana.com/suroto5436/604981ccd541df3f6549fde2/pen-jurus-pemerintah-menangani-krisis-ekonomi-di-masa-pandemi>.

file:///C:/Users/ACER/Downloads/698-Article%20Text-2014-1-10-20221225.pdf

## Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan





