
**PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM) MASYARAKAT DESA MULYOAGUNG DALAM RANGKA
PEMULIHAN EKONOMI PASCA COVID-19**

Devi Eka Diantika, Ulva Badi' Rahmawati

Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro

Email: devieka@sunan-giri.ac.id ulvabadi@unugiri.ac.id

ABSTRAK

Desa Mulyoagung merupakan salah satu desa di wilayah Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro dengan batas-batas wilayah Sebelah Utara Bengawan Solo; Sebelah Timur Desa Kalirejo; Sebelah Selatan Desa Campurejo; Sebelah Barat Desa Campurejo. Desa Mulyoagung terbagi menjadi 17 RT dan 4 RW dengan 3 dusun, yaitu Babrian, Jantur, dan Ngangkatan. Luas desa Mulyoagung adalah 37,5 Ha/m² yang didalamnya terdapat 1163 kepala keluarga. Potensi yang sangat menonjol di Desa Mulyoagung adalah bidang industri rumahan. Di antaranya, yaitu industri kerupuk, tahu, tempe, serta budidaya ale dan kecambah. Industri rumahan tersebut mampu menyerap tenaga kerja yang berasal dari warga desa setempat, maupun warga luar desa. Selain itu, ada juga kerajinan tangan dari anyaman rotan yang dikerjakan perorangan tanpa merekrut pekerja tambahan. Hal ini menjadi salah satu penyebab perekonomian masyarakat desa Mulyoagung sudah berkembang dengan cukup baik dan menjadi salah satu desa dengan berbagai macam produk usaha mikro kecil menengah (UMKM). Akan tetapi pandemi COVID-19 ini membawa dampak yang signifikan bagi tatanan kehidupan masyarakat desa Mulyoagung baik dari aspek ekonomi, pendidikan dan lainnya, sehingga membuat kehidupan perekonomian lumpuh dan sulit untuk melakukan inovasi dalam usaha dan industri mereka. Adapun pendekatan yang digunakan pada program pengabdian masyarakat ini adalah dengan menggunakan metode ABCD (Asset Based Community Development) yaitu merupakan pendekatan masyarakat yang dilakukan berdasarkan pada asset lokal yang terdapat pada suatu wilayah. Diharapkan pada pelatihan dan inovasi yang dilakukan pada industri tahu ini mengalami kenaikan omset sama seperti yang terjadi sebelum pandemi COVID-19.

Kata Kunci: pelatihan, pendampingan, UMKM, ekonomi, covid-19.

PENDAHULUAN

Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai ringan hingga berat, seperti common cold atau pilek dan penyakit serius seperti MERS dan SARS. Penularan dapat terjadi dari hewan ke manusia (zoonosis). Penularan pun bisa terjadi dari manusia ke manusia sangat terbatas. Sampai saat ini penularan Covid 19 masih belum diketahui secara pasti. Banyak pendapat mengungkapkan penularannya dari hewan ke manusia karena banyak kasus yang muncul di Wuhan. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional

untuk mengoordinasikan tanggapan internasional terhadap penyakit tersebut. Pandemi covid-19 memberikan dampak yang sangat besar bagi dunia, salah satunya di Indonesia. Covid-19 memberikan banyak pengaruh dalam berbagai sektor, salah satu sektor yang berdampak adalah sektor ekonomi. Penyebaran covid-19 yang semakin meluas akan memperlama periode jatuhnya perekonomian asia tenggara, termasuk Indonesia. Sistem perekonomian adalah sistem yang digunakan suatu negara untuk mengalokasikan sumber daya yang dimiliki, baik individu maupun organisasi di negara tersebut. Tetapi, semenjak adanya pandemi ini negara memiliki krisis ekonomi yang diperkirakan menjadi lemah dari tahun-tahun sebelumnya. Menteri Perekonomian menuturkan bahwa pertumbuhan ekonomi bisa tertekan hingga level 2,5 % hingga 0 %. Hal itu bisa terjadi ketika tidak dilakukan strategi pencegahan yang baik dan tepat untuk mengatasi hal tersebut, dan saat ini negara telah menambahkan intensive untuk petugas kesehatan sebesar 20 % dan jumlah bidang kesehatan sebesar 6,1 Triliun dan juga pada saat ini dan juga hal ini menjadi perhatian bagi ekonomi global pada saat ini termasuk negara ASEAN.¹

Desa Mulyoagung merupakan salah satu desa di wilayah Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro dengan batas-batas wilayah Sebelah Utara Bengawan Solo; Sebelah Timur Desa Kalirejo; Sebelah Selatan Desa Campurejo; Sebelah Barat Desa Campurejo. Desa Mulyoagung terbagi menjadi 17 RT dan 4 RW dengan 3 dusun, yaitu Babrian, Jantur, dan Ngangkatan. Luas desa Mulyoagung adalah 37,5 Ha/m² yang didalamnya terdapat 1163 kepala keluarga. Sedikit sejarah mengenai desa mulyoagung, terdapat tugu letnan satu soejitno yang berada di jalan lettu suyitno, tepatnya letak tugu tersebut berada di dusun jantur, jalan sebelah utara di RT 11. Tugu tersebut digunakan sebagai simbolis “tempat gugurnya letnan satu soejitno koesoembroto dalam pertempuran melawan tentara belanda”, dari cerita warga yang dikala itu hendak melakukan perjalanan menuju ke desa menilo menyebrang sungai bengawan solo.

Mayoritas warga desa Mulyoagung pendidikannya adalah tamat SD, SMP, SMA/ sederajat, bahkan ada pula yang tamat hingga jenjang perguruan tinggi. Penduduk desa setempat mayoritas memiliki mata pencaharian sebagai buruh industri, wiraswasta, dan petani. Kelembagaan yang ada di desa Mulyoagung, yaitu Pemerintah Desa, LPMD, PKK, Karang Taruna, Rukun Warga dan Rukun Tetangga.

¹ Livana PH, Resa Hadi Suwoso, Terri Febrianto Dani Kushindarto, dan Firman Aziz, *Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Perekonomian Masyarakat Desa, (Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences, Volume 1 No 1 Hal 37 - 48, October 2020 Global Health Science Group)*. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/IJNHS/article/view/225/165>

Mayoritas pekerjaan masyarakat didesa mulyoagung adalah wiraswasta yang terdiri dari pedagang, penambang pasir, pengusaha besar dan kecil, pengrajin serta petani, dan banyak yang mempunyai usaha sendiri dirumah, meskipun hanya wirausaha kecil-kecilan seperti pedagang sayuran, bakso mie dll. Serta juga pengusaha tahu, pengusaha kerupuk baik yang bersekala besar/pabrik, bersekala menengah, maupun kecil seperti kerupuk tradisional, produsen tempe yang sentra industri nya desa terletak di dusun Ngangkatan. Pada sektor pertanian masyarakat di desa Mulyoagung mayoritas hasil tanam adalah Padi. Terdapat pula Produsen ale dan kecambah, produsen tape dan untuk penyaluran hasil produksinya dijual ke kota Bojonegoro bahkan sampai ke luar kota.

Pada bulan Januari 2020 tercatat jumlah penduduknya 3696 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1867 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 1829 jiwa. Kondisi perekonomian masyarakat Desa Mulyoagung, Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro berada pada garis menengah ke atas. Hal ini dibuktikan dengan adanya berbagai jenis industri, baik perorangan maupun perusahaan secara besar. Jadi, sebagian besar mata pencaharian penduduk adalah sebagai buruh industri. Namun, pandemi covid-19 ini memberikan dampak yang cukup signifikan bagi pengrajin tahu.

Salah satu aset terbesar/produk UMKM unggulan di desa Mulyoagung kecamatan Bojonegoro adalah tahu, krupuk, produsen tempe, produsen ale dan kecambah. Dan pabrik-pabrik tersebut tersebar di beberapa dusun di desa Mulyoagung. Adapun penjualan hasil dari produk tersebut tidak hanya dijual di kawasan Bojonegoro saja, melainkan sampai ke luar kota.

Adapun salah satu bentuk kelemahan dari pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa Mulyoagung adalah belum mampu untuk berinovasi, karena tidak dapat dipungkiri bahwa perlahan namun pasti bahwa semua sudah beralih ke arah digital, sehingga interaksi antar manusia dan teknologi tidak dapat dielakkan lagi. Namun para pelaku usaha tahu di desa Mulyoagung belum berani untuk mengikuti tren yang ada pada masa sekarang dan masih mengandalkan tata cara penjualan dan produk yang masih dianggap kuno tersebut. Oleh karena itu, penulis memberikan inovasi dalam bidang perekonomian dengan membuat produk unggulan yang berbahan dasar tahu goreng, dan sistem pemasaran produk sehingga dapat menstabilkan omset para pengrajin tahu selama masa pandemi. Jadi, kegiatan tersebut ditujukan kepada pelaku UMKM, ibu-ibu PKK, dan pemuda karang taruna.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Mulyoagung ini menggunakan pendekatan ABCD (*Asset-Based Community Development*). Pendekatan ABCD adalah sebuah paradigma dalam pengabdian kepada masyarakat. Semuanya mengarah kepada konteks pemahaman dan internalisasi aset, potensi, kekuatan, dan pendaayagunaannya secara mandiri dan maksimal merupakan prinsip dalam pendekatan ABCD. Sejak dari awal harus ada upaya pengembangan masyarakat, menempatkan manusia untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan yang dimiliki, serta mengetahui potensi dan aset yang dimiliki untuk bisa dikembangkan dan dimanfaatkan. Pendekatan ABCD terdiri dari lima langkah yaitu: *Discovery* (menemukan), *Dream* (impian), *Design* (merancang), *Define* (menentukan), dan *Destiny* (melakukan).²

Discovery (menemukan), berdasarkan hasil *transect* ada beberapa hal kami temukan, di antaranya adalah sebagian besar penduduk desa Mulyoagung mempunyai mata pencaharian sebagai karyawan di perusahaan swasta dan buruh harian lepas atau mayoritas bekerja sebagai buruh pada perusahaan tahu yang ada di desa. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa penduduk dan perangkat desa, sebagian besar kehidupan perekonomian masyarakat dihasilkan dari pabrik tahu yang tersebar di beberapa dusun. *Dream* (impian) dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberdayakan ibu-ibu dan pelaku home industri tahu dengan memberi pelatihan dan keterampilan sehingga memiliki inovasi dalam usaha nya. *Design* (merancang), keterampilan yang hendak dimiliki seharusnya bisa memanfaatkan aset yang ada di desa, yaitu dengan mengajak ibu-ibu dan pelaku home industri tahu membuat olahan dari tahu menjadi produk yang lebih kekinian dan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga dengan olahan tahu ini bisa meningkatkan perekonomian masyarakat. *Define* (menentukan), pada langkah ini kami menentukan jenis pelatihan yaitu membuat inovasi olahan “Tahu Cracker”, kami juga menentukan waktu, tanggal, jam, peserta, target dan sebagainya. *Destiny* (melakukan), kegiatan ini dihadiri oleh ibu-ibu PKK, sebagian besar pelaku home industri tahu, dan karang taruna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Mulyoagung dimulai dengan melakukan *transect*. Berdasarkan hasil *transect* tersebut, penulis dapat mengklasifikasikan

²Cristopher Dereau, *Pembaru dan kekuatan lokal untuk pembangunan* (Australia Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCESS) Tahap II, Agustus 2013), hal. 96-97

mata pencaharian pokok warga desa dengan sajian tabel berikut: Mata Pencaharian Pokok Warga Desa Mulyoagung

No	Jenis Pekerjaan	Laki-Laki (Orang)	Perempuan (Orang)
1	Petani	63	30
2	Buruh Tani	2	
3	PNS	40	28
4	Pedagang Keliling	21	25
5	Montir	5	
6	Dokter Swasta		2
7	Bidan Swasta		1
8	TNI	7	
9	POLRI	12	
10	Pesiunan PNS/TNI/POLRI	15	13
11	Pengacara	1	
12	Dukun Kampung Terlatih		1
13	Seniman/Artis	3	1
14	Karyawan Perusahaan Swasta	359	205
15	Bidan		3
16	Buruh Harian Lepas	180	90

Hasil *transect* yang lain menunjukkan adanya beberapa home industri atau pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di desa Mulyoagung salah satunya adalah beberapa pabrik tahu yang tersebar di beberapa dusun di desa Mulyoagung. Dan ini merupakan salah satu mata pencaharian utama bagi masyarakat yaitu sebagai karyawan dan buruh di pabrik tersebut. Adapun hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan untuk meningkatkan perekonomian pasca covid-19 adalah sebagai berikut:

1. Inovasi Produk Unggulan “Tahu Cracker”

Salah satu bentuk kegiatan yang ditawarkan oleh penulis adalah inovasi pada produk tahu yang diolah menjadi produk unggulan adalah “Tahu Cracker”, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan inovasi pengembangan produk dengan bahan dasar tahu goreng khas Mulyoagung, serta dapat membantu meningkatkan pendapatan ekonomi warga setempat. Sasaran pada kegiatan ini adalah para ibu-ibu PKK, ibu rumah tangga dan para pengusaha tahu, karena pada dasarnya mayoritas perekonomian desa Mulyoagung adalah pengusaha

tahu dan pekerja pada pabrik tahu.

Adapun kegiatan yang dilakukan untuk mengoptimalkan potensi yang ada di desa Mulyoagung adalah dengan melakukan sosialisasi terhadap pengusaha tahu, para pekerja pada pabrik tahu, ibu PKK. Pada tahap ini dijelaskan tentang kondisi perekonomian saat ini dan pemahaman tentang perlunya inovasi yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan yang sedang mengalami penurunan pada masa pandemic saat ini. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk membuka wawasan dan kesadaran para pengusaha tahu, para pekerja pada pabrik tahu, ibu PKK, serta ibu rumah tangga. Kegiatan ini juga menyinggung terkait inovasi dalam pemasaran secara *online* di masa pandemic yang sangat meningkat.

Kegiatan inovasi pada olahan tahu dilanjutkan dengan kegiatan demo masak yang dilakukan di balaidesa desa Mulyoagung. Kegiatan ini diikuti oleh para pengusaha tahu, para pekerja pada pabrik tahu, ibu PKK, dan ibu rumah tangga. Dalam kegiatan ini, masyarakat khususnya para pengusaha dan pekerja pabrik tahu diharapkan mampu mengembangkan potensi-potensi yang telah dimiliki. Salah satunya adalah mengembangkan produk unggulan "Tahu Cracker". Pelatihan pengembangan produk unggulan tersebut diharapkan dapat menstabilkan omset pengrajin tahu, serta mampu meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, khususnya bagi ibu rumah tangga dan pemuda karang taruna.



Gambar 1. Kegiatan demo memasak produk "Tahu Cracker"



Gambar 2. Produk inovasi Tahu Cracker

2. Pelatihan Digital Marketing

Pandemi COVID-19 memberikan dampak pada sektor ekonomi, sosial, dan politik tidak saja negara-negara besar akan tetapi hampir seluruh negara di dunia. Rasanya tidak ada satu negarapun yang tidak terdampak pandemic COVID-19 saat ini. Indonesia adalah salah satu negara yang terdampak terutama pada sisi ekonomi. Indonesia yang didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu memberikan perhatian khusus terhadap sektor ini karena kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional yang cukup besar.

Jumlah kasus Covid-19 yang semakin meningkat melemahkan perekonomian nasional maupun internasional. Berbagai sektor bisnis mengalami perlambatan akibat virus Covid-19. Mulai dari sektor pariwisata, penerbangan, perhotelan, farmasi, alat berat, otomotif, perkebunan hingga pertambangan batubara. Dalam situasi krisis seperti ini, UMKM dapat menjadi andalan dalam penyerapan tenaga kerja, penggantian produksi barang konsumsi atau setengah jadi.

Banyak hal yang terdampak oleh Covid-19, dalam kegiatan UMKM adalah penyerapan produk, ketersediaan bahan baku, dan proses distribusi. Dalam mengatasi hal ini pemerintah memberikan stimulus yang ditargetkan pada industri pariwisata, penambahan cuti bersama juga dilakukan guna mendorong pariwisata, dan restrukturisasi kredit UMKM, selain itu call center juga disediakan untuk mendengar laporan dan keluhan pelaku UMKM.³

Pemanfaatan teknologi merupakan dasar dari masing-masing revolusi industri. Dampak era revolusi industri 4.0 adalah teknologi digital yang digunakan memungkinkan terjadinya interkoneksi antara mesin fisik dengan sistem produksi. teknologi menjadi unsur utama terhadap pengembangan industri konvensional menuju industri digital sehingga mampu mentransfer data tanpa bantuan manusia serta dengan adanya big data agar mampu membantu dalam menentukan arah dalam bisnis.⁴

Pelatihan digital marketing merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di desa Mulyoagung mengenai teknik pemasaran di era Revolusi Industri 4.0. Sehingga masyarakat dan pelaku usaha mengetahui tips dan trik dalam pengemasan produk yang lebih menarik dan meningkatkan penjualan yang selama masa pandemi ini mengalami penurunan.

³ Rifai, Zanuar, and Dwi Meiliana. "Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid-19." *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1.4 (2020): 604-609. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/540>

⁴ Rahmi Rosita, *Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia*, (Jurnal Lentera Bisnis, Volume 9 No 2, November 2020) hal 109-120, <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/viewFile/380/316>

Adapun tahapan yang dilakukan dalam sebuah pelatihan digital marketing adalah, sebagai berikut:

- a. Mitra diberikan pengetahuan tentang digital marketing, mulai dari konsep digital marketing dan mengetahui produknya dan memahami value produk masing-masing. Dampak dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dalam menerapkan strategi digital marketing. Mitra dapat memahami tahap-tahapan dan proses dalam dunia digital marketing.
- b. Mitra diberikan pengetahuan tentang konten gambar, tujuan dari kegiatan ini adalah agar para mitra dapat membuat konten marketing dalam bentuk gambar yang sederhana dan mudah dalam pembuatannya.
- c. Mitra diberikan pengetahuan tentang iklan berbayar facebook ads, mitra diajarkan bagaimana membuat sebuah fanspage, membuat postingan pertama menggunakan konten yang dibuat pada hari sebelumnya dan menentukan target pasar, demography, peminatan dan copywriting. Hasilnya masing-masing dapat membuat sebuah fanspage untuk masing-masing produk/jasanya.
- d. Mitra diberikan pengetahuan tentang konten video tujuan dari kegiatan ini adalah agar para mitra dapat membuat konten marketing dalam bentuk video yang sederhana dan mudah dalam pembuatannya.⁵



Gambar 3. Pelatihan Digital Marketing

⁵ Rifai, Zanuar, and Dwi Meiliana, 604-609.

KESIMPULAN

Inovasi produk tahu menjadi olahan “Tahu Cracker” menjadi salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian pasca covid-19 di desa Mulyoagung. Ini merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh para pengusaha tahu, pekerja pabrik tahu, bahkan ibu rumah tangga untuk mempertahankan diri mereka pada masa pandemi ini.

Digital marketing menjadi salah satu pilihan yang digunakan untuk memasarkan produk tersebut. Karena pada masa saat ini, masyarakat mengalami kesulitan dalam memasarkan produk unggulan mereka karena adanya pembatasan akses di beberapa tempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Cristopher Dereau, *Pembaru dan kekuatan lokal untuk pembangunan* (Australia Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCESS) Tahap II, Agustus 2013), hal. 96-97
- Livana PH, Resa Hadi Suwoso, Terri Febrianto Dani Kushindarto, dan Firman Aziz, *Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Perekonomian Masyarakat Desa*, (*Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences, Volume 1 No 1 Hal 37 - 48, October 2020 Global Health Science Group*).
<http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/IJNHS/article/view/225/165>
- Rahmi Rosita, *Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia*, (*Jurnal Lentera Bisnis, Volume 9 No 2, November 2020*) hal 109-120,
<https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/viewFile/380/316>
- Rifai, Zanuvar, and Dwi Meiliana. "Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid-19." *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1.4 (2020): 604-609.
<https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/540>