

Pengembangan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0

Nur Faidati^{1,*}, Muhammad Khozin²

¹Program Studi Administrasi Publik, Universitas Aisyiyah Yogyakarta

²Program Studi Administrasi Publik, Universitas Aisyiyah Yogyakarta

*Email: nurfaidati@unisayogya.ac.id

Abstrak

Keywords:

Pengembangan
UMKM, Revolusi
Industri 4.0,
Kolaborasi

Berbagai upaya dilakukan oleh sejumlah stakeholder agar UMKM dapat terus bertumbuh dan berkembang di era revolusi industri ini. Salah satunya dilakukan staf pengajar Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta melalui kegiatan Pengabdian masyarakat . Pelaku UMKM yang dibina oleh BWM UNISA ini masih terkendala dengan pemanfaatan teknologi, yaitu pemanfaatan platform online untuk pemasaran produk. Kegiatan pengabdian masyarakat Pemberdayaan pelaku UMKM binaan BWM UNISA Nogotirto, Gamping, Sleman DIY Menuju UMKM Yang Berdaya Saing ini dilakukan dengan tujuan memperkenalkan platform digital kepada anggota komunitas UMKM untuk memperluas pemasaran produknya.

1. PENDAHULUAN

Menurut Undang-undang No. 20 tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Dalam undang-undang itu disebutkan bahwa terdapat kriteria ukuran yang membedakan antara usaha mikro, kecil dan menengah. Kriteria ukuran tersebut didasarkan pada kepemilikan aset dan omset tahunan perusahaan. Dapat dilihat dalam tabel 1.

Di Indonesia, UMKM memiliki peran yang cukup strategis. Secara umum, UMKM mampu menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat. Data tahun 2017 menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia mampu menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia. Lebih dari itu, skala kegiatan ekonomi UMKM mampu memberikan kontribusi sekitar 60% terhadap total Pendapatan Domestik Bruto Indonesia. Pada 2017 lalu PDB Indonesia sekitar Rp. 13. 600 triliun. Dengan demikian, artinya total pendapatan UMKM adalah sekitar Rp.8.160 triliun usaha

mikro menyumbang sekitar Rp.5.000 triliun per tahun, usaha kecil Rp.1.300 triliun, dan usaha menengah sekitar Rp.1.800 triliun [7].

Dalam konteks regional DIY, UMKM masih menjadi penopang utama dari perekonomian Yogyakarta. Data tahun 2017 menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap perekonomian Yogyakarta mencapai 98,4%. Sementara itu UMKM mampu menyerap 79% dari total lapangan kerja [8]. Serupa dengan potret nasional, UMKM di DIY juga mampu menyerap cukup banyak tenaga kerja yang ada.

UMKM memiliki tantangan yang cukup berat untuk beradaptasi agar dapat bertahan di era revolusi industri. Revolusi industri mempersyaratkan pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produknya.

Revolusi industri keempat telah membawa lompatan besar bagi sektor industri, dimana teknologi informasi dan komunikasi dimanfaatkan sepenuhnya. Tidak hanya dalam proses produksi, melainkan juga di seluruh rantai nilai industri sehingga melahirkan

model bisnis yang baru dengan basis digital guna mencapai efisiensi yang tinggi dan kualitas produk yang lebih baik [4].

Revolusi industri keempat ini memberikan peluang untuk hadirnya pemberdayaan bagi individu dan masyarakat, karena revolusi industri keempat ini memungkinkan munculnya kesempatan baru bagi ekonomi, sosial, maupun pengembangan pribadi. Para ahli berpendapat bahwa revolusi industri keempat akan dapat menaikkan rata-rata pendapatan per kapita di dunia, memperbaiki kualitas hidup masyarakat, serta memperpanjang usia hidup manusia [1].

Namun demikian, peluang tersebut tidak akan dapat dimanfaatkan dengan baik jika para pelaku tidak disiapkan dengan baik. UMKM sebagai bagian yang terdampak dari adanya revolusi industri ini perlu disiapkan dengan baik agar produk yang dihasilkannya dapat bersaing di pasaran.

Sejak tahun 1983, Pemerintah secara konsisten telah melakukan berbagai upaya deregulasi sebagai upaya penyesuaian struktural dan restrukturisasi perekonomian. Kendati demikian, banyak yang menengarai deregulasi di bidang perdagangan dan investasi tidak memberi banyak keuntungan bagi perusahaan kecil dan menengah, bahkan justru perusahaan besar dan konglomeratlah yang mendapat keuntungan. Studi empiris membuktikan bahwa pertambahan nilai tambah ternyata tidak dinikmati oleh perusahaan kecil, sedang dan besar, namun justru perusahaan konglomerat, dengan tenaga kerja lebih dari 1000 orang, yang menikmati kenaikan nilai tambah secara absolut ataupun per rata-rata perusahaan [2].

Dalam konstelasi inilah, perhatian untuk menumbuhkembangkan industri kecil dan rumah tangga (IKRT) atau yang populer juga dengan istilah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) setidaknya dilandasi dengan oleh tiga alasan. Pertama, UMKM banyak menyerap tenaga kerja dan dominan dalam jumlah unit usaha. Kecenderungan

menyerap banyak tenaga kerja umumnya membuat banyak UMKM juga intensif dalam menggunakan sumber daya alam lokal. Apalagi karena lokasinya banyak di pedesaan, pertumbuhan UMKM akan menimbulkan dampak positif terhadap distribusi pendapatan dan pembangunan ekonomi di pedesaan [5]. Dari sisi kebijakan, UMKM jelas perlu mendapat perhatian karena tidak hanya memberikan penghasilan bagi sebagian besar angkatan kerja Indonesia, namun juga merupakan ujung tombak dalam upaya pengentasan kemiskinan [6].

Berbagai upaya dilakukan oleh sejumlah stakeholder agar UMKM dapat terus bertumbuh dan berkembang di era revolusi industri ini. Salah satunya dilakukan staf pengajar Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta melalui kegiatan Pengabdian masyarakat yang dikoordinasikan oleh Bank Wakaf Mikro (BWM) Usaha Mandiri Sakinah (UNISA) Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. BWM UNISA ini merupakan stakeholder yang diinisiasi oleh Pengurus Pusat Aisyiyah bersama Universitas Aisyiyah Yogyakarta. Sampai saat ini BWM UNISA telah memiliki binaan kurang lebih sejumlah 300 UMKM.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan pada tahun 2019, staf pengajar Universitas 'Aisyiyah bermaksud membantu pelaku UMKM dalam menghadapi revolusi industri 4.0. Pelaku UMKM yang dibina oleh BWM UNISA ini masih terkendala dengan pemanfaatan teknologi, yaitu pemanfaatan platform online untuk pemasaran produk. Kegiatan pengabdian masyarakat Pemberdayaan pelaku UMKM binaan BWM UNISA Nogotirto, Gamping, Sleman DIY Menuju UMKM Yang Berdaya Saing ini dilakukan dengan tujuan memperkenalkan platform digital kepada anggota komunitas UMKM untuk memperluas pemasaran produknya.

Terkait dengan pengembangan UMKM di era revolusi industri ini sebelumnya telah diteliti oleh Nur Faidati dan Nur Fitri

Mutmainah (2019). Penelitian tersebut mengkaji tentang ruang lingkup dari kolaborasi dalam memperkuat posisi pelaku usaha kecil dan menengah dalam menghadapi revolusi industri 4.0 di wilayah DIY. Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa proses kolaborasi dalam pengembangan UMKM di DIY pada era revolusi industri 4.0 belum optimal dilaksanakan, karena masih ada tumpang tindih program serta kelompok sasaran[3].

2. METODE

Pemberdayaan pelaku UMKM yang merupakan binaan dari BWM UNISANogotirto, Gamping, Sleman DIY Menuju UMKM Yang Berdaya Saing dilakukan melalui beberapa tahap berikut:

1. Mengelompokkan anggota komunitas UMKM 'Usaha Mandiri Sakinah' kedalam dua kategori. Kategori pertama adalah kategori UMKM yang produknya potensial dipasarkan dengan platform online. Kategori kedua adalah sebaliknya.

2. Kategori pertama dikelompokkan kembali ke dalam beberapa kluster sesuai dengan produk yang dihasilkan. Diantara kluster ini adalah kluster food and beverage (makanan dan minuman), craft (kerajinan), dan Fashion (Pakaian, Sepatu).

3. Berdasarkan data tersebut, dipilih 26 (dua puluh enam) UMKM untuk mengikuti kegiatan workshop pemanfaatan platform online sebagai bagian dari kegiatan pengabdian masyarakat. Dua puluh enam (26) UMKM tersebut merupakan UMKM yang berpotensi untuk dikembangkan dan sebelumnya belum pernah mengikuti pelatihan pemasaran online.

4. Workshop diselenggarakan sebanyak tiga kali. Workshop pertama merupakan tahapan penyamaan visi. Penyamaan visi tersebut dilakukan dengan menunjukkan data bahwa separuh UMKM Indonesia pemiliknya adalah perempuan. Berdasarkan data tersebut kemudian disampaikan motivasi agar perempuan survive dalam mengembangkan dan mengelola usahanya. Dari workshop ini diharapkan sudah ada kesamaan visi diantara peserta workshop terkait dengan goal dari setiap langkah dan tahapan yang mereka

tempuh sebagai wirausaha wanita. Hadir dalam workshop ini narasumber pendamping dari Women will, Google.

5. Workshop kedua, peserta diperkenalkan dengan era revolusi industri 4.0. di era ini. Dalam workshop ini disampaikan pula agar pelaku UMKM dapat bersaing dan merebut pasar yang lebih luas maka, para pelaku ini harus dapat memanfaatkan teknologi yang ada. Platform online (marketplace) dan media sosial menjadi penekanan materi yang disampaikan.

6. Workshop ketiga dihadirkan narasumber pendamping dari salah satu platform online terkemuka yang sedang berkembang pesat, yaitu Tokopedia. Peserta workshop kembali memperoleh penajaman materi terkait urgensi pemanfaatan teknologi dalam pengembangan usaha yang dikelola oleh peserta workshop. Dalam workshop ini pula peserta difasilitasi pembuatan akun tokopedia yang bisa dimanfaatkan untuk memperluas pasar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, diketahui ada banyak hal yang perlu dipersiapkan agar pelaku UMKM dapat bersaing di era revolusi industri 4.0. Hal-hal tersebut antara lain adalah terkait dengan garansi kualitas produk yang salah satunya dibuktikan dengan adanya sertifikasi P-IRT untuk olahan makanan, gramasi, keterangan expired, merk atau label produk dan kemasan.

Dari 300 pelaku UMKM yang menjadi binaan BWM UNISA per September 2019, mayoritas belum memiliki P-IRT. Padahal untuk produk pangan atau olahan makanan P-IRT ini adalah hal penting yang harus dimiliki. Sertifikasi P-IRT ini merupakan jaminan tertulis yang diberikan oleh Bupati/Walikota – melalui Dinas Kesehatan - terhadap pangan hasil produksi Industri Rumah Tangga yang telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan tertentu, dalam rangka produksi dan peredaran produk pangan.

Demikian pula terkait dengan kemasan. Produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM binaan BWM UNISA masih dikemas dalam kemasan yang konvensional. Konvensional dalam konteks ini dimaknai sebagai cara pengemasan yang sederhana, cenderung polos dan menggunakan bungkus atau plastik polos tanpa merk atau label produk, dan informasi tambahan seperti gramasi dan keterangan expired/kadaluarsa.

Selain permasalahan tersebut, permasalahan mendasar lain yang dijumpai dalam kegiatan pengabdian masyarakat tersebut adalah ketrampilan teknis pelaku UMKM dalam mengoperasikan HP Android. Pelaku UMKM yang semuanya ibu-ibu tersebut tidak memahami fungsi-fungsi mendasar dari HP Android yang sangat diperlukan untuk menunjang pemasaran online, seperti kamera untuk mengambil gambar produk yang mereka hasilkan.

Berpijak dari identifikasi permasalahan UMKM dalam memasarkan produk melalui platform online sebagaimana digambarkan di atas terdapat sejumlah rekomendasi program yang bisa dilakukan untuk menata dan menyiapkan manajemen produksi dari UMKM tersebut. Pertama, melengkapi persaratan terkait dengan garansi kualitas dari produk yang dihasilkan, seperti membuat merk atau label produk, pengurusan sertifikasi P-IRT. Bersamaan dengan sertifikasi P-IRT ini sekaligus dilengkapi informasi komposisi, gramasi dan expired. Apabila hal-hal mendasar dari produk tersebut sudah dilengkapi, maka aspek berikutnya yang perlu juga untuk diperbaiki adalah aspek kemasan.

Sinergis dengan upaya memberikan tampilan fisik yang menarik dari produk UMKM, pelaku UMKM binaan BWM UNISA perlu dilatih memanfaatkan HP android untuk pengembangan usaha. Bagaimana memanfaatkan kamera untuk

potretan sederhana dari produk yang mereka hasilkan, bagaimana menjajakannya melalui media sosial maupun diunggah ke akun marketplace atau akun pemasaran online yang lainnya (Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, dll).

Adapun sejumlah pelatihan atau workshop perlu diselenggarakan untuk mengembangkan UMKM di era revolusi industri 4.0 ini. Beberapa pelatihan yang dapat diselenggarakan tersebut antara lain: workshop pembuatan katalog produk, workshop pembuatan instagram atau media sosial lainnya untuk pemasaran, workshop google my bisnis, workshop pembuatan akun marketplace, workshop Workshop Trik Efektif Meningkatkan SEO dan workshop atau pelatihan-pelatihan yang lain.

Pelaksanaan program pengembangan UMKM sebagaimana direkomendasikan bisa dilakukan dengan menggandeng mitra yang memiliki perhatian UMKM go online. UMKM go online sendiri menjadi tuntutan yang justru dapat membuka peluang pasar baru bagi UMKM baik di ranah regional maupun global. Dengan memadukan sistem penjualan online dan offline, bisnis UMKM diharapkan dapat menjangkau lebih banyak konsumen dengan harapan meningkatkan potensi penjualan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengabdian masyarakat yang telah pelaku UMKM Perempuan binaan BWM UNISA, diketahui bahwa pelaku MKM perempuan tersebut masih membutuhkan edukasi terkait pemanfaatan teknologi bagi pengembangan UMKM. Selama ini proses pengelolaan usaha dan pemasaran produk dilakukan secara konvensional. Oleh karena itu berbagai pelatihan dan workshop yang dilakukan untuk mengembangkan kapasitas mereka sebagai wirausaha perempuan perlu dilakukan agar usaha mereka senantiasa berkembang dan mampu naik kelas di era revolusi industri 4.0 ini.

Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menggandeng stakeholder lain dengan skema kolaborasi. Kolaborasi dalam pengembangan UMKM di DIY pada era revolusi industri 4.0 adalah sebuah pilihan strategi yang penting untuk meningkatkan daya saing UMKM yang ada di DIY. Kolaborasi yang terbentuk dalam konteks ini diwujudkan dengan penyelenggaraan sejumlah kegiatan dari masing-masing stakeholder, seperti: Dinas Koperasi dan UMKM baik di level Provinsi, Kabupaten atau Kota, Dinas Perdagangan Kabupaten, asosiasi-asosiasi pengusaha di tingkat Kecamatan, Kabupaten/Kota, BUMN yang dalam hal ini direpresentasikan oleh rumah kreatif yang ada di setiap Kabupaten dan Kota serta sejumlah organisasi seperti Gapura Digital (Google), Women Will (Google), Ayo Belajar, Pelatih Indonesia, Sedekah Ilmu, Mata Hati Jogja, Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Belanja.com, HP (Hewlet Packard), Telkom dan beberapa perusahaan atau organisasi yang lain.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Aisyiyah atas kontrak penugasan kegiatan pengabdian masyarakat tahun 2019/2020.
2. Komunitas UMKM Bank Wakaf Mikro (BWM) Lembaga Keuangan Syariah (LKMS) 'Usaha Mandiri Sakinah' yang sudah bersedia menjadi mitra pengabdian kami.
3. Google melalui women will dan juga Tokopedia yang bersedia bekolaborasi

dalam menyiapkan materi yang dibutuhkan oleh anggota komunitas.

4. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tjandrawinata, R. R. Industri 4.0: revolusi industri abad ini dan pengaruhnya pada bidang kesehatan dan bioteknologi. *Jurnal Medicinus*. 2016; 29.
- [2] Abimanyu, Anggito. Orientasi Usaha dan Kinerja Bisnis Konglomerat. Makalah disajikan dalam Seminar Nasional Mencari Keseimbangan Antara Konglomerat dan Pengusaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Permasalahan dan Strategi. Dies Natalis STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta. 30 April 1994.
- [3] Nur Faidati. Collaborative Governance Dalam Pengembangan UMKM di Era Revolusi Industri – Prosiding dalam Konferensi Nasional Ilmu Administrasi ketiga yang diselenggarakan oleh STIA-LAN dan LAN RI; 2019. p. 1–6.
- [4] Schwab, K.. *The fourth industrial revolution*. Crown Business: 2017.
- [5] Kuncoro, Mudrajad. (1994). Peta Bisnis Aliansi Strategis. *Manajemen dan Usahawan Indonesia*. November
- [6] Kuncoro, Mudrajad. (2010). Masalah Kebijakan dan Politik: Ekonomika Pembangunan. Jakarta, Erlangga.
- [7] Departemen Koperasi: Perkembangan Data UMKM Tahun 2016-2017
- [8] (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi DIY, 2018).

Lampiran :

Tabel 1. Kriteria UMKM berdasarkan kepemilikan aset dan omset

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	>300 Juta – 2.5 Miliar
Usaha Menengah	>500 Juta – 10 Miliar	>2.5 Miliar – 50 Miliar

Sumber: Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM