

PENINGKATAN PEMAHAMAN PROGRAM BANTUAN DAN INSENTIF BAGI PELAKU USAHA UMKM, SERTA PERAN DIGITALISASI DI ERA PANDEMI COVID-19 DAN SESUDAHNYA

Nury Effendi¹, Vera Intanie Dewi², Eva Erviani³, Budiono⁴,
Anhar Fauzan Priyono⁵, Militcyano Samuel Sapulette⁶

^{1,3,4,5,6}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia

²Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia

nury.effendi@unpad.ac.id¹, vera_id@unpar.ac.id², eva.ervani@unpad.ac.id³,
budiono2016@unpad.ac.id⁴, anhar.fauzan.priyono@unpad.ac.id⁵, iansapulette@gmail.com⁶

ABSTRAK

Abstrak: Tujuan Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk peningkatan pemahaman atas program bantuan dan insentif pemerintah untuk pelaku UMKM serta peran pemanfaatan digitalisasi untuk peningkatan usaha di masa pandemi COVID-19 dan sesudahnya. Metode pelaksanaan kegiatan berbentuk sosialisasi dan penyuluhan. Kegiatan ini diikuti oleh sebanyak 52 pelaku usaha. Berdasarkan analisis awal kebutuhan para peserta diperoleh informasi bahwa upaya yang paling banyak telah dilakukan oleh peserta untuk mempertahankan usaha adalah peningkatan promosi/pemasaran dan inovasi produk. Sementara upaya mengakses bantuan dari pemerintah memiliki persentase paling rendah. Hal ini menarik untuk digali lebih jauh apakah terdapat kendala yang dihadapi ketika mengakses, kurang tersosialisasikannya program bantuan ataupun para pelaku ini enggan untuk mengakses bantuan. Sebanyak 13.5% pelaku usaha pernah mengakses insentif pemerintah, yakni mengakses Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM). Hasil dari kegiatan ini diketahui sebanyak 85% peserta mendapatkan peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai program insentif dan bantuan untuk jenis, cara mengakses dan pemanfaatannya. Serta sebanyak 95% meningkat pemahamannya terkait pemanfaatan digitalisasi untuk usahanya. Hasil evaluasi kegiatan dilakukan melalui kegiatan interaktif tanya jawab selama kegiatan, game kuis serta umpan balik peserta melalui pengisian formulir online diakhir kegiatan.

Kata Kunci: Insentif Keuangan; Usaha Kecil; COVID;UMKM

Abstract: *This community service program aims to improve SMEs' knowledge on the COVID-19 government incentive programs for SMEs and on the importance of business digitalisation during and after the Pandemic. This community service program is conducted through a webinar. This activity was attended by 52 SMEs owners and operators. Based on the initial analysis of the needs of the participants, information was obtained that the most efforts made by the participants in maintaining their business were promotion/marketing improvement, product innovation. Meanwhile, efforts to access assistance from the government have the lowest percentage. It is interesting to explore further whether there are obstacles faced when accessing, lack of socialization of the aid program, or whether these actors are reluctant to access assistance. Of the 13.5% of business actors who access government incentives, most access the Micro Business Productive Assistance program (BPUM). The output of this activity is that 85% of the participants get an increase in understanding and knowledge about incentive and assistance programs for the types, ways to access and use them. And as much as 95% increased their understanding regarding the use of digitization for their business. The results of the activity evaluation were carried out through interactive question and answer activities during the webinar, quiz games and participant feedback through filling out online forms at the end of the webinar.*

Keywords: *Financial Incentives; Small Business; COVID; Small Medium Enterprise.*



Article History:

Received: 29-11-2021
Revised : 03-01-2022
Accepted: 04-01-2022
Online : 14-02-2022



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Pembatasan sosial telah berdampak pada berhentinya aktivitas ekonomi dan turunnya kinerja ekonomi di berbagai negara dan wilayah, termasuk di Indonesia. Penetapan kebijakan-kebijakan dilakukan oleh pemerintah sebagai upaya pemulihan sektor usaha bangkit dan bertahan menghadapi goncangan krisis pandemi COVID 19. Salah satu kebijakan yang dapat dirasakan oleh masyarakat adalah upaya Pemerintah menyiapkan program PEN (Pemulihan Ekonomi Nasional) untuk memulihkan ekonomi Indonesia. Nainggolan (2020) mengatakan bahwa menggerakkan UMKM merupakan salah satu sasaran PEN, dimana stimulus ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan keuangan UMKM yang merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi UMKM yakni kualitas dan kontinuitas produksi, akses pemasaran, *packaging product*, kualitas SDM/pelaku UMKM di bidang manajerial, keuangan dan produksi. Indrawati (2021) menyampaikan dalam hasil pelaksanaan PEN membantu mayoritas penerima manfaat yakni Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat bertahan selama pandemi Covid 19. Kemenkeu (2021) melaporkan bahwa bentuk dukungan untuk dunia usaha melalui PEN khususnya UMKM diberikan dalam bentuk subsidi bunga, insentif pajak, dan Penjaminan untuk kredit modal kerja baru UMKM. Lebih lanjut Catriana (2021) menyampaikan bahwa menurut Menteri Koperasi dan UKM, salah satu program PEN yakni program Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM) tidak hanya dimaksudkan dalam rangka pemulihan ekonomi saja, tetapi juga merupakan strategi transformasi ekonomi nasional dimana pelaku UMKM yang sebelumnya sektor informal menjadi formal dan dari belum terdata menjadi terdata. Masih belum terdatanya UMKM ini secara menyeluruh, mengakibatkan berbagai program relaksasi krisis COVID 19 ini tidak dapat diakses oleh banyak pelaku UMKM. Oleh karena itu dalam kegiatan pelatihan ini sekaligus mengedukasi pentingnya memformalkan usahanya dan terdata.

Untuk mengeliatkan kembali bisnis usaha akibat krisis COVID 19, tak hanya dari sisi produksi, namun juga konsumsi, program PEN diberikan oleh pemerintah dalam bentuk bantuan sosial untuk mendorong daya beli masyarakat, khususnya konsumsi kebutuhan sehari hari. Hal ini dilakukan dengan latar belakang kebijakan untuk mendorong sisi produksi (*supply side*) tak akan efektif jika permintaan (konsumsi) masih melemah. Dana bantuan bagi usaha UKM mampu memberikan pengaruh yang positif yakni dalam penyerapan tenaga kerja, penguatan modal usaha, peningkatan omset penjualan, dan keuntungan. Namun demikian penyaluran bantuan ini diperlukan pembinaan dan pendampingan secara berkelanjutan kepada penerima program bantuan untuk keberlangsungan program baik dalam penyaluran, pemanfaatan, serta terwujudnya peningkatan dan pengembangan usaha ekonomi produktif masyarakat. Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Nirwana et al. (2017) bahwa

pembinaan dan pengembangan UMKM menjadi salah satu prioritas pemerintah dalam rangka memperkuat struktur ekonomi pasar. Lebih lanjut Dewi et al. (2021) menyebutkan bahwa melalui pendampingan kegiatan pelatihan kepada pelaku UMKM, dapat membawa perubahan perilaku yang positif dalam mengelola usahanya.

Pandemi COVID-19 telah mengakibatkan kontraksi perekonomian yang dirasakan oleh mayoritas masyarakat Indonesia. Kebijakan pembatasan sosial yang diberlakukan menyebabkan penurunan aktivitas perekonomian dan berdampak langsung kepada bisnis dalam bentuk menurunnya aktivitas usaha. Usaha kecil yang pada umumnya kurang memiliki sumberdaya, pengalaman, dan pengetahuan dalam menghadapi situasi kontraksi perekonomian sangatlah rentan dalam kondisi seperti ini. Menyikapi permasalahan ini, pemerintah menyediakan berbagai insentif yang dapat dimanfaatkan pelaku bisnis, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah, (UMKM) yang diharapkan dapat membantu mereka dalam situasi seperti ini. Kegiatan sosialisasi bantuan sosial dan penerima manfaat khususnya bagi pelaku UMKM sangat penting untuk dilaksanakan agar penerima bantuan dapat memanfaatkannya dengan baik. Insentif yang diberikan oleh pemerintah tidak datang dengan begitu saja kepada setiap pelaku usaha. Ada hal-hal yang harus dipenuhi pelaku usaha untuk dapat mendapatkan insentif ini.

Mengingat kecenderungan UMKM yang sangat minim sumberdaya dan akses untuk memahami hal-hal terkait pemanfaatan insentif ini, edukasi kepada UMKM terkait hal ini akan memiliki dampak besar. Sosialisasi terkait insentif UMKM dalam PEN akan dapat mendorong pemulihan ekonomi melalui kinerja UMKM. Kemenkop dan UKM (2021) menyebutkan salah satu usulan rekomendasi perbaikan pelaksanaan program BPUM pada masa mendatang adalah melakukan sosialisasi program. Di sinilah peran Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan memberikan penyuluhan dalam bentuk pelatihan atau training yang dibutuhkan di mana dosen dan mahasiswa berperan sebagai fasilitator dan narasumber untuk pelaksanaan penyuluhan tersebut. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi ini dilakukan sebagai bentuk program pengabdian kepada masyarakat.

Seiring dengan waktu, hal lain yang juga penting dipahami oleh pelaku UMKM adalah peran pemahaman teknologi digital. Dimana dengan dampak COVID 19 ini makin terasa tuntutan bagi para pelaku usaha untuk mengadopsi teknologi digital dalam membantu proses bisnisnya. Berdasarkan survei lembaga IMD World Digital Competitiveness pada 2019, Indonesia ada di peringkat delapan terbawah. Bahkan dibandingkan negara Asia Tenggara lainnya, seperti Thailand, Malaysia, Singapura (Waruwu, 2021). Kurangnya pemahaman atas teknologi inilah yang akhirnya memicu adanya kesenjangan digital (*digital divide*) (Hadiyat, 2014) menyebutkan bahwa perkembangan teknologi informasi dan

komunikasi (TIK) yang masih tidak merata mengakibatkan kesenjangan digital khususnya di daerah-daerah tertentu atau pedesaan. Meskipun menurut hasil studi Elshafira & Yuldinawati (2019) menunjukkan tidak terdapat kesenjangan digital pada UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung, namun masih terdapat perbedaan yang signifikan pada rata-rata untuk kegiatan online UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung berdasarkan usia dan pendidikan terakhir. Meningkatnya peran media sosial dan *platform e-commerce* dalam mendukung proses bisnis usaha di Indonesia diperlukan kesiapan para pelaku UMKM dalam mengadopsinya. Di mana dari hasil identifikasi awal kepada mitra diperoleh gambaran bahwa belum seluruhnya memanfaatkan digitalisasi ini. Hal ini menjadi salah satu tujuan dilakukannya kegiatan sosialisasi dan penyuluhan terkait digitalisasi kepada mitra untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) dalam mengadopsi digitalisasi. Karena hal ini akan membantu memberdayakan kemampuan UMKM dimasa yang akan datang. Ini sejalan dengan hasil studi Srirejeki (2016) bahwa aplikasi media sosial merupakan alat yang efektif dalam pemberdayaan UMKM. Pendapat lain menyatakan bahwa digitalisasi seperti media sosial dapat menghemat biaya pemasaran dalam mempromosikan produk, serta dapat memperluas jangkauan pasar untuk meningkatkan volume penjualan (Sofyan et al., 2021).

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini selain untuk mendukung program insentif pemerintah untuk pelaku UMKM menghadapi masa pandemi COVID-19, juga dilakukan untuk menyatukan pemahaman mekanisme bantuan dan pemanfaatan beragam bantuan finansial maupun non finansial oleh Lembaga pemerintah maupun Lembaga lainnya. Selain berdampak pada proses bisnis, pandemi COVID-19 juga berdampak pada adaptasi penggunaan teknologi yang dituntut lebih cepat. Kurangnya pemahaman atas teknologi inilah yang akhirnya memicu adanya kesenjangan digital. Tidak meratanya pertumbuhan teknologi digital dan literasi digital menjadi tantangan bagi pelaku bisnis. Sehingga dalam kegiatan ini, peserta juga diberikan kesamaan pemahaman bagaimana meresponse tuntutan digitalisasi yang semakin masive.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan berbentuk sosialisasi dan penyuluhan. Kegiatan ini merupakan bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat di universitas Padjadjaran, Bandung yang dilakukan oleh sebanyak lima dosen dan satu mahasiswa. Program sosialisasi pemanfaatan bantuan dan insentif bagi masyarakat terdampak dilakukan secara daring. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi yang dilakukan melalui *platform digital conference* yakni Zoom. Program pelatihan ini bekerjasama dengan mitra yakni pelaku usaha yang berada di Kabupaten Bandung dan sekitarnya. Jumlah peserta dalam kegiatan ini

sebanyak 52 pelaku usaha. Dimana sebanyak 65% peserta merupakan pelaku usaha di industri pengolahan makanan dan sisanya terdiri dari pengolahan minum, jasa, garmen dan tekstil, pengolahan logam. Masa pandemi memberikan peluang kegiatan dilakukan dengan jarak jauh, sehingga para pelaku usaha ini dapat mengikuti kegiatan di tempatnya masing masing tanpa mengganggu aktifitas usahanya. Kegiatan ini diselenggarakan dengan tahapan proses pelaksanaan sebagai berikut:

1. Identifikasi kebutuhan mitra dan proses rekrutmen peserta

Mengadakan identifikasi awal kepada pelaku usaha kecil yang telah menjadi binaan dan melalui komunitas di lingkungan UMKM di Kabupaten Bandung dan sekitarnya mengenai kebutuhan pelatihan. Pada tahapan ini identifikasi kebutuhan mitra dilakukan melalui wawancara langsung dengan beberapa mitra UMKM binaan dan studi dokumen dari artikel berita dimedia. Rekrutmen peserta dilakukan dengan menginformasikan kegiatan menggunakan digital flyer yang disampaikan melalui rekanan UMKM binaan. Untuk bisa mengikuti kegiatan ini calon peserta mendaftar melalui tautan formulir digital yang disampaikan dalam flyer.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan dosen, mahasiswa dan pelaku Usaha Mikro (Kecil) Kabupaten Bandung dengan peserta sebanyak 52 orang. Diselenggarakan pada tanggal 30 Oktober 2021 dengan diikuti sebanyak 30 peserta dan pada tanggal 6 November dengan diikuti oleh sebanyak 22 peserta. Berikut adalah pelaksanaan kegiatan, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan

Waktu	Materi	Pelaksana dan Pematerei
09.00-09.30	Registrasi Peserta	Militcyano Samuel Sapulette
09.30-09.15	Ice Breaking dan Pembukaan	Vera Intanie Dewi dan Nury Effendi
09.15-09.45	Prospek Pemulihan Perekonomian Indonesia melalui PEN	Eva Erviani
09.45-10.15	Prospek dan Tantangan UMKM	Vera Intanie Dewi
10.15-10.45	Program Bantuan dan Insentif (Finansial dan Non Finansial)	Militcyano Samuel Sapulette
10.45-11.15	Pemulihan Ekonomi melalui Ekonomi Digital	Militcyano Samuel Sapulette
11.15-11.45	Tanya Jawab dan Diskusi	Nury Effendi Eva Erviani Vera Intanie Dewi
11.45-12.00	Game Kuis dan Pengisian umpan balik kegiatan	Militcyano Samuel Sapulette
12.00	Foto Bersama dan Penutup	Militcyano Samuel Sapulette

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan selama proses sosialisasi melalui keterlibatan peserta dalam diskusi. Meskipun terdapat keterbatasan kestabilan koneksi jaringan yang terkadang mengakibatkan peserta keluar masuk, namun seluruh peserta mengikuti hingga akhir kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui kegiatan interaktif tanya jawab selama kegiatan dan game kuis diakhir untuk mengetahui dampak langsung kegiatan ini yakni peningkatan pemahaman dan pengetahuan. Selain itu untuk perbaikan kegiatan kedepan, maka peserta diminta mengisi angket evaluasi kegiatan yang dibagikan diakhir sesi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) sosialisasi dan penyuluhan program bantuan dan insentif bagi pelaku usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) serta peran digitalisasi di era pandemi COVID-19 dan sesudahnya dapat terlaksana dengan baik. Kegiatan ini dilakukan dengan tahapan kegiatan sebagai berikut:

1. Identifikasi kebutuhan mitra dan proses rekrutmen peserta

Identifikasi kebutuhan mitra dilakukan pada bulan April 2021 dan sosialisasi kegiatan dilakukan pada minggu pertama bulan Oktober 2021. Dimana kegiatan identifikasi mitra dilakukan pada beberapa mitra binaan dengan menggunakan wawancara langsung dan studi literatur artikel media yang sedang banyak mengulas tentang pelaksanaan program insentif dan program digitalisasi bagi UMKM. Sedangkan proses rekrutmen peserta dilaksanakan dengan menyampaikan informasi kegiatan melalui media promosi dengan digital flyer yang disampaikan kepada UMKM binaan. Identifikasi kebutuhan mitra di lakukan oleh tim pengabdian.

2. Pelaksanaan

Kegiatan diselenggarakan secara daring menggunakan platform webinar Zoom, pada tanggal 30 Oktober 2021 dengan jumlah peserta sebanyak 30 pelaku UMKM dan pada tanggal 6 November dengan jumlah peserta sebanyak 22 pelaku UMKM. Jumlah peserta dalam satu *batch* dibatasi maksimal 30 peserta, bertujuan agar dapat terbangun interaksi dan komunikasi dengan peserta secara baik dan lancar. Materi yang disampaikan dalam kegiatan pengabdian ini adalah sosialisasi dan penyuluhan mengenai prospek Pemulihan Perekonomian Indonesia melalui PEN, prospek dan tantangan UMKM, program bantuan dan insentif (finansial dan non finansial), dan pemulihan ekonomi melalui ekonomi digital. Kegiatan diikuti sebanyak 52 pelaku usaha yang berada di wilayah Kabupaten Bandung (54%), Kotamadya Bandung (19%), Kabupaten Bandung Barat (17%), dan sisanya berasal dari Kabupaten Bandung dan sekitarnya (10%). Peserta wanita (77%) lebih banyak dibandingkan pelaku

usaha pria (23%), menunjukkan bahwa minat wanita dalam berwirausaha dan keinginan untuk belajar yang tinggi. Sangat penting menjadi focus perhatian dalam upaya untuk meningkatkan literasi digital bagi kaum Wanita, dimana studi yang dilakukan oleh Wahyuningtyas & Adi (2016) menyebutkan bahwa peran perempuan dalam perkembangan teknologi informasi masih belum tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Ada beberapa faktor yang menyebabkan *digital divide* kaum perempuan yaitu tingkat ketrampilan dan pendidikan, masalah bahasa dan keterbatasan waktu.

Berdasarkan profil demografi usia, sebagian besar peserta berada pada usia produktif yakni berusia 26-40 tahun (54%) dan hanya sebanyak 39% peserta berusia diatas 40 tahun dan hanya sebanyak 8% berusia 18-25 tahun. Demikian juga untuk profil tingkat pendidikan, dimana sebagian besar memiliki latar belakang pendidikan Sekolah Menengah Atas (52%), S1 dan D4 sebanyak 29% dan 15% berpendidikan diploma. Hal ini menunjukkan pelaku usaha ini memiliki tingkat pendidikan yang memadai dalam menjalankan bisnisnya. Dimana sebagian besar peserta memiliki usaha pengolahan makanan (65%) dan sisanya terdiri dari pengolahan minum, jasa, garmen dan tekstil, pengolahan logam. Sementara berdasarkan lamanya usaha, sebagian besar peserta telah menjalankan usahanya berkisar 2-3 tahun (37%), dan sisanya memiliki lama usaha lebih dari 5 tahun (23%); 4-5 tahun (19%); dan kurang atau sama dengan satu tahun sebanyak 21%. Sementara pada tahapan identifikasi mitra diperoleh gambaran bahwa belum semua pelaku usaha mendapatkan bantuan melalui program PEN. Sebanyak 56% mitra telah menerima bantuan program PEN.

Masa Pandemi COVID-19 sangat dirasakan dampaknya oleh pelaku UMKM. Dari 52 peserta diketahui sebanyak 23% peserta masih menghentikan usahanya hingga saat ini karena beberapa permasalahan yang dihadapi. Sementara sebanyak 44% pelaku usaha pernah berhenti beroperasi sementara dan sekarang sudah Kembali beroperasi. Sedangkan sisanya yakni 33% menyatakan perusahaan masih terus beroperasi dengan normal. Berdasarkan informasi ini dapat dibuktikan bahwa pelaku UMKM cukup tangguh di masa pandemi. Tidak ada sama sekali pelaku usaha yang berhenti beroperasi secara permanen. Meskipun memberikan dampak pada usahanya, para penggiat UMKM ini mampu bangkit kembali. Upaya yang telah dilakukan untuk mempertahankan usahanya sebanyak 61.5% bertahan dengan meningkatkan promosi; 38.5% melakukan inovasi produk, 17.3% melakukan diversifikasi produk, 21.2% berusaha melakukan penambahan modal dan hanya sebanyak 13.5% bertahan dengan mengakses bantuan dari pemerintah. Melalui kegiatan sosialisasi ini juga dapat tergalil mengenai informasi bantuan yang pelaku UMKM butuhkan, yakni 71.2% menyatakan bantuan modal usaha; 40.4% menyatakan memerlukan pelatihan pengelolaan usaha, dan sisanya menyatakan bantuan yang diperlukan adalah relaksasi/penundaan pembayaran

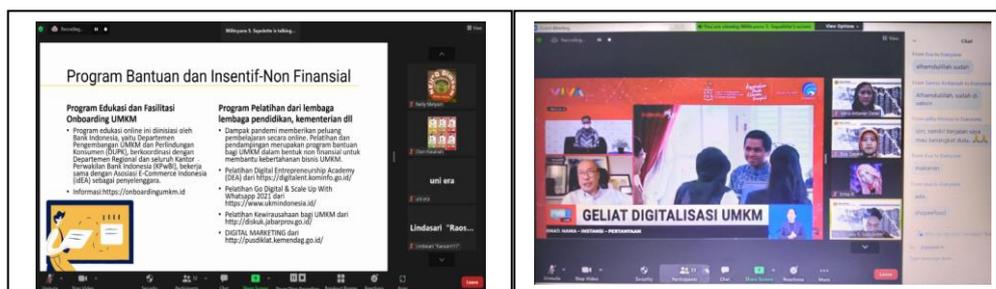
pinjaman (13.5%); penundaan pembayaran pajak (5.8%), keringanan tagihan listrik (17.3%); kemudahan administrasi untuk pengajuan pinjaman (19.2%). Berdasarkan hasil diskusi ini dapat diketahui bahwa bentuk bantuan yang paling diperlukan pelaku UMKM adalah bantuan modal usaha dan pelatihan pengelolaan usaha. Dengan informasi ini dapat dijadikan gambaran bahwa kedepan focus utama pemberian bantuan bagi pelaku UMKM dapat meliputi kedua hal tersebut.

Program bantuan dari pemerintah yang sudah dimanfaatkan oleh peserta adalah bantuan modal usaha (42.3%), pelatihan (28.8%), relaksasi/penundaan pembayaran pinjaman (11.5%); penundaan pembayaran pajak (9.6%), keringanan tagihan listrik (11.5%); kemudahan administrasi untuk pengajuan pinjaman (5.8%). Sementara yang belum pernah menerima bantuan dalam bentuk apapun yakni sebanyak 21.2%. Hasil ini memberikan gambaran bahwa masih terdapatnya pelaku usaha yang belum berbentuk formal atau terdata sehingga memungkinkan diantara mereka mengalami kendala ketika mengakses program bantuan. Dalam kesempatan ini disampaikan bahwa penting bagi pelaku UMKM untuk memformalkan usaha atau terdaftar. Salah satu manfaatnya adalah dapat menerima program program pengembangan UMKM. Hasil ini juga menunjukkan bahwa antara bantuan yang dibutuhkan dan yang diterima sudah sesuai dimana dua kebutuhan tertinggi adalah bantuan modal usaha dan pelatihan. Demikian halnya untuk akses bantuan yang sudah UMKM ini terima sebagian besar pada kedua jenis bentuk bantuan ini. Jenis bantuan yang UMKM ini akses seperti BPUM, sembako, pra kerja, dan BLT. Mengapa bantuan atau insentif ini perlu menjadi perhatian dan penting? Melalui sosialisasi ini dapat diperoleh informasi bahwa lama perkiraan usaha mereka dapat bertahan tanpa ada perubahan operasi dan bantuan dihitung sejak saat kegiatan sosialisasi tersebut, sebanyak 51.9% menjawab tidak mengetahui; 26.9% menjawab lebih dari 3 bulan; 17.3% menjawab antara 1-3 bulan, dan relative sedikit yang menjawab kurang dari satu bulan. Hasil respon pelaku UMKM ini ini menunjukkan bahwa pendampingan UMKM dalam mengelola usaha adalah penting.

Sementara pada diskusi sesi mengenai digitalisasi dapat diketahui bahwa peserta menggunakan Teknologi Informasi dan Internet (*online*) untuk pemasaran produk sejak sebelum pandemi hingga saat ini (56%), sebanyak 38.5% menggunakan teknologi untuk bisnisnya sejak pandemic, dan sisanya hanya sebanyak 5.8% tidak menggunakannya. Tantangan pandemi membawa persoalan baru, yakni kemungkinan akan terjadinya kesenjangan digital (*digital divide*). Kesenjangan digital menjadi isu yang akhir akhir ini sering dibahas seiring dengan masih meluasnya ketidakmerataan ekonomi terutama di Negara-negara berkembang. Lebih lanjut Ariyanti (2013) menyatakan bahwa kesenjangan digital merupakan kesenjangan antara individu, rumah tangga, bisnis, (atau kelompok masyarakat) dan area geografis pada tingkat sosial ekonomi yang berbeda

yakni dalam hal kesempatan atas akses teknologi informasi dan komunikasi dan penggunaan internet untuk beragam aktivitas. Tidak meratanya pertumbuhan teknologi digital dan literasi digital menjadi tantangan bagi pelaku bisnis. Apabila hal ini tidak direspon baik maka *digital divide* di Indonesia, akan menciptakan ketimpangan kemajuan teknologi, hingga tidak meratanya sektor perekonomian, pendidikan, dan kesejahteraan masyarakat. Dalam kegiatan sosialisasi ini menjawab kebutuhan mitra. Mitra dipaparkan mengenai pentingnya melek digital untuk bisa adaptif dengan lingkungan usaha yang semakin digital era. Hal ini kembali terjawab oleh diskusi selanjutnya bahwa 94.2% peserta digitalisasi mampu meningkatkan penjualan usaha mereka. Dengan kegiatan sosialisasi ini, harapannya dapat menarik bagi 5.8% peserta yang belum menggunakan digital dalam usahanya, dapat termotivasi untuk melakukan perubahan. Pelatihan digitalisasi bagi UMKM sudah dilakukan oleh banyak pihak seperti (Farell et al., 2019) (Rahayu et al., 2021).

Dari empat hal yang didiskusikan dalam sosialisasi ini berkaitan dengan dampak COVID 19, aspek penurunan penerimaan dirasakan yang paling tajam menurun. Dua aspek lain yakni pemasaran dan ketersediaan bahan baku dirasakan menurun namun dibawah penurunan penerimaan. Sementara pada aspek karyawan, bagi pelaku UMKM tidak ada dampaknya. Sementara yang berkaitan dengan kendala yang dihadapi akibat COVID-19 sebagian besar peserta merasa menghadapi kendala dalam hal ketersediaan bahan baku, kenaikan harga bahan baku, tidak tercukupinya keuangan usaha dan kendala dalam pengiriman produk ke konsumen. Sehingga berdasarkan diskusi dengan peserta prioritas utama yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha kedepannya menurut urutan prioritas dari peserta yakni pendampingan terkait pemasaran, pendampingan terkait inovasi produk, pendampingan terkait produksi, pendampingan terkait pembukuan keuangan dan pendampingan terkait perijinan dan pajak. Sementara bantuan dari pemerintah yang mereka butuhkan berdasarkan prioritas paling utama adalah akses keuangan pendanaan, penundaan pembayaran pinjaman, penundaan pajak dan alat pelindung diri. Berikut adalah gambaran pelaksanaan kegiatan sosialisasi, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Paparan Materi Sosialisasi

3. Monitoring dan Evaluasi

Untuk dapat mengevaluasi kegiatan ini maka tim pengabdian, melakukan survei evaluasi kegiatan. Berikut hasil evaluasi peserta mengikuti kegiatan sosialisasi, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Peserta

No.	Indikator Evaluasi	Ya	Tidak	Sebagian
1.	Apakah kegiatan ini sesuai dengan kebutuhan usaha Bapak/Ibu/Saudara ?	100%	0%	0%
2.	Apakah Materi bermanfaat untuk usaha Bapak/Ibu/Saudara?	100%	0%	0%

Tabel 2 menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan penyuluhan ini sesuai dengan kebutuhan dan memberikan manfaat. Hal ini memberikan gambaran bahwa sosialisasi sebuah program sebelum diluncurkan menjadi kebutuhan bagi sasaran program. Kegiatan sosialisasi mampu memenuhi kebutuhan peserta dan materi yang disampaikan mengenai program bantuan insentif finansial dan non finansial untuk UMKM dirasakan bermanfaat oleh peserta. Hasil dari kegiatan ini diketahui sebanyak 85% peserta mendapatkan peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai program insentif dan bantuan untuk jenis, cara mengakses dan pemanfaatannya. Serta sebanyak 95% meningkat pemahamannya terkait pemanfaatan digitalisasi untuk usahanya. Hasil evaluasi ini dilakukan melalui kegiatan interaktif tanya jawab selama kegiatan dan game kuis diakhir kegiatan. Sementara berdasarkan pengukuran tingkat kepuasan peserta, berikut gambaran bahwa sebagian besar peserta merespon positif kegiatan sosialisasi, seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tingkat Kepuasan Peserta

No.	Tingkat Kepuasan	Sangat Bagus	Bagus	Cukup Bagus	Tidak Bagus	Sangat tidak Bagus
1.	Bagaimana penilaian Bapak/Ibu terhadap kegiatan bentuk sosialisasi seperti ini ?	71.2%	26.9%	1.9%	0%	0%
2.	Bagaimana penilaian Bapak/Ibu/Saudara terhadap materi yang diberikan?	76.9%	19.2%	3.8%	0%	0%

Berdasarkan hasil evaluasi pada pertanyaan terbuka mengenai saran/masukkan peserta untuk kegiatan selanjutnya, terdapat tiga permasalahan yang disampaikan oleh peserta yakni (1) masalah dalam pemasaran, khususnya pemasaran digital yakni pada bagaimana menggunakan aplikasi-aplikasi pemasaran digital yang efektif, pelatihan pemasaran melalui media sosial, dan *market place*, (2) pengurusan legalitas

dan perijinan sebagai pelaku UMKM. (3) pendampingan pengelolaan usaha, khususnya pengelolaan modal kerja.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebanyak 100 persen peserta menilai kegiatan sesuai kebutuhan dan memberi manfaat. Lebih lanjut diketahui bahwa sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai program insentif dan bantuan terkait jenis, cara mengakses dan pemanfaatan bantuan dan insentif. Peserta juga menunjukkan peningkatan pemahaman tentang pemanfaatan digitalisasi untuk usaha. Melalui kegiatan ini diperoleh gambaran bahwa program bantuan dari pemerintah yang sudah dimanfaatkan oleh sebagian besar peserta di masa pandemi COVID-19 ini adalah bantuan modal usaha yang diakses melalui bantuan BPUM, sembako, pra kerja, dan BLT. Meskipun masa Pandemi COVID-19 sangat dirasakan dampaknya oleh pelaku UMKM berdasarkan hasil evaluasi kegiatan, sebagian besar pelaku UMKM mampu bertahan, dengan cara diantaranya meningkatkan promosi dan inovasi produk.

Berdasarkan hasil kegiatan ini dapat disarankan bahwa (1) program bantuan dan insentif pemerintah untuk pelaku UMKM perlu dibarengi dengan program pendampingan pengelolaan usaha, khususnya pengelolaan modal usaha agar bantuan dapat digunakan secara produktif. (2) pelaku UMKM perlu program penguatan digital khususnya untuk aktifitas pemasarannya, serta pembimbingan membuat perijinan usaha agar terdata secara formal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada mitra kegiatan ini yakni Pelaku Usaha UMKM di Kabupaten Bandung dan Sekitarnya, Pusat Inkubator Bisnis Universitas Padjadjaran "Oorange" dan Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRPM), Center of Economics and Development Studies Universitas Padjadjaran, Bandung yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Ariyanti, S. (2013). Study Of Digital Divide Measurement In Indonesia. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 11(4), 281–292. <https://media.neliti.com/media/publications/41183-ID-studi-pengukuran-digital-divide-di-indonesia.pdf>
- Catriana, E. (2021). *Menkop Teten Klaim BLT UMKM Disalurkan Tepat Sasaran dan Tepat Manfaat*. <https://money.kompas.com/read/2021/09/07/170410626/> Diakses Pada 28 November 2021.
- Dewi, V. I., Iskandarsyah, T., Sulungbudi, B. M., Danil, L., Pratikna, R. N., Vashti, E., & Kustedja, B. (2021). Program Pelatihan Sustaining Competitive and

- Responsible Enterprises Mendorong UMKM Bangkit di Era Pandemi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 4–12.
- Elshafira, S., & Yuldinawati, L. (2019). Analisis Kesenjangan Digital Pada UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 1968–1974.
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Hadiyat, Y. D. (2014). *Kesenjangan Digital di Indonesia*. 17(2), 81–90.
- Indrawati, S. M. (2021). *Program PEN Bantu Penerima Manfaat Bertahan Selama Pandemi*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/program-pen-bantu-penerima-manfaat-bertahan-selama-pandemi/> Diakses Pada 28 November 2021.
- Kemenkeu. (2021). Program Pemulihan Ekonomi Nasional. <https://www.kemenkeu.go.id/media/15149/program-pemulihan-ekonomi-nasional.pdf>.
- KemenkopUMKM. (2021). *Mempertahankan Usaha Mikro pada Masa Pandemi COVID-19 Kementerian Koperasi dan UKM Mempertahankan Usaha Mikro pada Masa Pandemi COVID-19*.
- Nainggolan, E. U. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/umkm-bangkit-ekonomi-indonesia-terungkit.html> Diakses 28 November 2021.
- Nirwana, D. C., Muhammadiyah, M., & Hasanuddin, M. (2017). Peran Pemerintah Dalam Pembinaan Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Enrekang. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 3(1), 01. <https://doi.org/10.26618/kjap.v3i1.890>
- Rahayu, S., Muhairah, N. Al, & Nazipawati. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Masa Pandemi COVID 19. *JMM(Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2–8.
- Sofyan, R., Rahmadona, R., Lerem, S. H., & ... (2021). Pemanfaatan Digitalisasi Sebagai Media Pemasaran Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 1(8), 273–283. <http://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/view/1418>
- Srirejeki, K. (2016). Analisis Manfaat Media Sosial Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 7(1), 57–68. <https://media.neliti.com/media/publications/233770-aplikasi-media-sosial-untuk-pemberdayaan-8768e77d.pdf>
- Wahyuningtyas, N., & Adi, K. R. (2016). Digital Divide Perempuan Indonesia. *Sejarah Dan Budaya : Jurnal Sejarah, Budaya, Dan Pengajarannya*, 10(1), 80–88. <https://doi.org/10.17977/um020v10i12016p080>
- Waruwu, M. A. A. S. (2021). Keadaan Digital Divide di Indonesia Menurut Global Competitive Index. <https://www.qubisa.com/article/digital-divide-di-indonesia>.