

## DIGITALISASI UKM BERSAMA KORSET KESEHATAN

Lutfiyah Handayani<sup>1</sup>, Idzni Safirah Azzahra<sup>2</sup>, Rifqi Nurul Ramadhan<sup>3</sup>, Sa'diyah<sup>4\*</sup>,  
Sudirman Tamin<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Public Relations, Universitas, Muhammadiyah Jakarta, 15419

<sup>2</sup> Pendidikan Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 15419

<sup>3</sup>Hukum Tata Negara, Universitas, Muhammadiyah Jakarta, 15419

<sup>4</sup> Dosen Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 15419

<sup>5</sup>Dosen Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 15419

\*[sadiyah@umj.ac.id](mailto:sadiyah@umj.ac.id)

### ABSTRAK

Penyuluhan dan digitalisasi UKM bertujuan untuk memperluas target pasar dan mengenalkan produk yang dibuat kepada masyarakat luas serta menambah nilai jual produk. Kegiatan ini dilakukan di Jl Kampung Sawah, Kembangan, Jakarta Barat. Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat kali ini adalah: dalam bentuk penyuluhan terhadap UKM Korset Kesehatan tentang keuntungan dari digitalisasi dan branding produk dalam proses jual beli. Proses kegiatan berupa penyuluhan dengan materi yang disampaikan dalam bentuk obrolan santai dan diselingi dengan *sharing* dari mitra kepada anggota dengan sebaliknya. Secara komulatif, dapat disimpulkan bahwa kegiatan penyuluhan & digitalisasi di dalam UKM Korset kesehatan telah berjalan dengan lancar dan juga tahu akan keuntungan dari online shop.

**Kata kunci:** Penyuluhan, Digitalisasi, UKM, Korset Kesehatan

### ABSTRACT

*Extension and digitization of SMEs aims to expand the target market and introduce products made to the wider community and increase the selling value of the product. This activity was carried out on Jl Kampung Sawah, Kembangan, West Jakarta. The approach method used in this community service activity is: in the form of counseling to Health Corset SMEs about the advantages of digitizing and branding products in the buying and selling process. The activity process is in the form of counseling with material delivered in the form of casual chat and interspersed with sharing from partners to members and vice versa. Cumulatively, it can be concluded that the extension & digitization activities in the Health Corset UKM have been running smoothly and also know the advantages of an online shop.*

**Keywords:** *Counseling, Digitization, SMEs, Health Corsets,*

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Saat ini, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang, sehingga dapat menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Tingkat penyerapan tenaga kerjanya yang relatif tinggi dan kebutuhan modal investasinya yang kecil, menyebabkan UMKM bisa dengan fleksibel menyesuaikan dan menjawab kondisi pasar yang terus berubah. Hal ini membuat UMKM tidak rentan terhadap berbagai perubahan eksternal. Jumlah UMKM di DKI Jakarta mencapai 367.696, dimana wilayah Kota Jakarta merupakan wilayah dengan jumlah UMKM terbanyak mencapai 68.728, diikuti Kampar dengan jumlah UMKM 45.446, Inhil jumlah UMKM 44.891, Bengkalis jumlah UMKM 42.029, Rohil jumlah UMKM 34.036, Rohul jumlah UMKM 27.074, Inhu jumlah UMKM 26.488, Siak jumlah UMKM 22.948, Kuansing jumlah UMKM 21.450, Dumai jumlah UMKM 20.782 dan Palalawan jumlah UMKM 13.824 (Sumber: wawancara media Riau staf ahli gubernur bidang hukum dan politik) Setiap tahun UMKM di Riau tumbuh pada kisaran 5-10 persen, tentunya berada dalam angka pertumbuhan yang signifikan. Jumlah UMKM DKI Jakarta di bidang perdagangan sebanyak 77.156, bidang jasa 19.656, bidang produksi 12.760, bidang industri 11.320, dan selebihnya pada bidang lainnya (sumber: BPS Provinsi DKI Jakarta) Namun sejak masuknya wabah Covid-19 ke Indonesia, penyebaran virus corona (Covid-19) sangat berdampak

terhadap kelangsungan perekonomian Indonesia, khususnya di Provinsi DKI Jakarta, termasuk pelaku usaha, baik usaha mikro, kecil dan menengah. Hal ini tentu saja membuat para pelaku UMKM berada pada tahap kecemasan yang signifikan karena berkurangnya aktifitas setiap orang yang menyebabkan turunnya daya beli sehingga omset para pelaku UMKM juga menurun drastis. Hal yang tidak bisa kita pungkiri, seberapa besarpun masalah yang di hadapi oleh manusia namun akal sehat tetap akan berjalan untuk memecahkan masalah guna melanjutkan kehidupan yang sempat terputus, Sebagian kecil pelaku UMKM mampu memetik hasil dan keuntungan ditengah pandemi covid, misalnya; grosir masker, perlengkapan Kesehatan, perlengkapan kebersihan, jasa kebersihan dan laundry peralatan rumah tangga, dan sebagainya. Menurut (Suwarni, 2019), ada tiga kendala yang dihadapi oleh UMKM yaitu: (1) Pelaku UMKM masih terkendala pada kapasitas produksi barang. Bahkan banyak UMKM yang gagal dipasar digital, karena tidak memenuhi permintaan pasar digital, (2) Kualitas daya tahan pelaku UMKM yang belum merata. Dikarenakan di pasar digital ini para pelaku harus dapat bersaing dengan perusahaan besar yang selama pandemi juga beralih menggunakan platform digital, (3) Diperlukan penguatan edukasi literasi digital dan penguatan sumber daya manusia para pelaku usaha UMKM.

Menghadapi situasi pandemi ini, proses digitalisasi dibutuhkan untuk menambah penjualan disaat yang sulit untuk keluar rumah. Khusus nya UKM Korset Kesehatan. Dimana ukm ini masih belum memiliki online shop dan target pasar yang dituju hanyalah melalui pesanan dokter dan dengan penjualan yang tidak menentu.

Ada 3 peran UMKM yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat kecil. Tiga peran tersebut adalah:

1. Sarana mengentaskan masyarakat dari jurang kemiskinan

Peran UMKM penting yang pertama adalah sebagai sarana mengentaskan masyarakat kecil dari jurang kemiskinan. Alasan utamanya adalah, tingginya angka penyerapan tenaga kerja oleh UMKM.

Hal ini terbukti dalam data milik Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2011. Disebutkan, lebih dari 55,2 juta unit UMKM mampu menyerap sekitar 101,7 juta orang. Angka tersebut meningkat menjadi sekitar 57,8 juta unit UMKM

dengan jumlah tenaga kerja mencapai 114 juta orang.

2. Sarana untuk meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil

UMKM juga memiliki peran yang sangat penting dalam pemerataan ekonomi masyarakat. Berbeda dengan perusahaan besar, UMKM memiliki lokasi di berbagai tempat. Termasuk di daerah yang jauh dari jangkauan perkembangan zaman sekalipun.

Keberadaan UMKM di 34 provinsi yang ada di Indonesia tersebut memperkecil jurang ekonomi antara yang miskin dengan kaya. Selain itu, masyarakat kecil tak perlu berbondong-bondong pergi ke kota untuk memperoleh penghidupan yang layak.

## 2. METODE

Jenis kegiatan kelompok 48 sub domisili Serpong adalah Penyuluhan dan pengembangan UMKM. Dengan mengangkat tema "*Membranding UMKM Home Industri melalui Go Digital.*" Kami melaksanakan kegiatan langsung pada UMKM Korset Kesehatan

3. Memberikan pemasukan devisa bagi negara

Peran UMKM berikutnya yang tidak kalah penting adalah, memberikan pemasukan bagi negara dalam bentuk devisa. Saat ini, UMKM Indonesia memang sudah sangat maju. Pangsa pasarnya tidak hanya skala nasional, tapi internasional.

Data dari Kementerian Koperasi dan UKM di tahun 2017 menunjukkan tingginya devisa negara dari para pelaku UMKM. Angkanya pun sangat tinggi, mencapai Rp88,45 miliar. Angka ini mengalami peningkatan hingga delapan kali lipat dibandingkan tahun 2016.

Dengan tiga peran yang dimilikinya tersebut, tidak salah kalau para pelaku UMKM tak bisa dipandang sebelah mata.

Program ini dilaksanakan secara langsung dengan tujuan untuk membranding produk yang dihasilkan dan juga memperluas penjualan produk. Serta mengedukasi mitra terkait keuntungan dari digitalisasi produk yang dilakukan.

Dalam menyampaikan materi, kami menggunakan metode obrolan santai dan lebih mengarah kepada *sharing* untuk mencairkan suasana dan lebih mendekatkan diri kepada mitra.

Kami juga melaksanakan kegiatan *sharing* dan tanya jawab dimana dalam kegiatan tersebut, kami lebih mendekatkan diri kepada mitra terkait produk yang dijual, bagaimana prosesnya dan juga kendala yang dialami oleh mitra selama pandemic Covid-19 ini.

di Kedoya, Kembangan Utara, Jakarta Barat.

Penyuluhan yang kami lakukan dengan presentasi berupa materi dalam bentuk penjelasan secara langsung tentang digitalisasi pada umkm.

Digitalisasi UMKM adalah sebuah upaya agar para pelaku UMKM (Usaha

Mikro, Kecil, dan Menengah) mulai berpindah ke ranah digital dalam kegiatan bisnisnya.

Apabila digitalisasi UMKM tersebut dapat dilakukan secara menyeluruh, maka komunikasi dan hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen dapat terhubung melalui layanan digital tersebut. Tidak hanya itu, belanja konsumen pun dapat meningkat dan roda ekonomi dapat berputar kembali.

Pemerintah Indonesia memberikan dukungan industri sebesar Rp 70,1 triliun dan memberikan bantuan untuk dunia usaha sebesar Rp 150 triliun. Kementerian Keuangan (Kemenkeu) mencatat, dunia usaha yang terdampak signifikan adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal tersebut dikarenakan UMKM memiliki kontribusi sebesar 61,07 % dari total produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Selain itu, UMKM menyerap 97% dari total tenaga kerja dan 99% dari total lapangan kerja. Pada 2018, UMKM tercatat sebanyak 64.194.057 unit. 82,9% pelaku usaha UMKM yang terkena dampak negatif pandemi. Bahkan 63,9% mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. (sumber data: badan pusat statistik). Sebagian besar UMKM di Riau memilih cara lain untuk bertahan pasca pandemic Covid-19 yaitu melakukan ekspansi dengan menambah jenis saluran penjualan dan pemasaran. Pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang dilakukan selama pandemi, dilihat sebagai peluang untuk berdagang secara daring. Apalagi Sebagian besar pelaku UMKM merasa terbantu dengan penggunaan digitalisasi, misalnya; website, blog dan juga sosial media (Facebook, Instagram, Whatsapp, Line, dsb), SEO, SEM, Email Marketing, Content Marketing, branding dan App Development. Hal yang paling umum untuk pelaku UMKM seperti; Grabfood, Gofood, shopee, Tokopedia, dll. Hal ini sekaligus menjadi kesempatan pelaku

UMKM melakukan transformasi ke dalam ekosistem digital. Memang belum semua dapat memanfaatkan teknologi untuk bertahan di tengah krisis saat ini. Namun mayoritas sudah beralih, bahkan dapat mengkombinasikan antara pemasaran daring dan luring. Bagi yang bisa menggunakan internet, teknologi digital sangat bermanfaat untuk memasarkan produk. Bisa melalui media sosial atau marketplace. Tidak hanya itu saja, internet juga digunakan untuk mencari informasi pengembangan usaha serta bahan baku. Pelaku UMKM di Riau yang memanfaatkan internet pun terbukti lebih mampu menahan tekanan krisis. Hasil survei menunjukkan, UMKM yang telah melakukan transaksi secara daring lebih sedikit terkena dampak negatif pandemi dibandingkan yang masih menjalankan usahanya secara langsung. Namun transformasi digital tidak selamanya berjalan dengan baik seperti yang diharapkan karena tidak semua pelaku UMKM di Riau siap menjalankan usaha secara digital. Digitalisasi UMKM pasca pandemi Covid-19 sangat dipengaruhi persepsi tentang optimisme dan kompetensi dalam menggunakan internet. Di samping itu tingkat kenyamanan dan keamanan juga belum terlalu tinggi. Oleh karena itu perlu strategi – strategi yang harus di ambil untuk meningkatkan digitalisasi UMKM di Jakarta pasca pandemi Covid-19. Semakin besar omset yang dihasilkan, UMKM lebih siap dalam transformasi digital, Hal ini terbukti dengan semakin besar omset yang dihasilkan maka semakin tinggi nilai indeksinya. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi pelaku UMKM di Riau dalam peralihan ke sistem digital. Misalnya, ada 34% konsumen yang ternyata belum mampu menggunakan internet. Kemudian ada 18,4% yang mengeluhkan buruknya infrastruktur telekomunikasi yang mereka gunakan. Sementara secara internal, kendala utama

adalah pengetahuan menjalankan usaha daring sebesar 23,8% dan ketidaksiapan tenaga kerja untuk menggunakan internet sebanyak 19,9%. (sumber; katadata insight center). Hal ini tentunya perlu edukasi bagaimana strategi – strategi digitalisasi kepada pelaku UMKM.

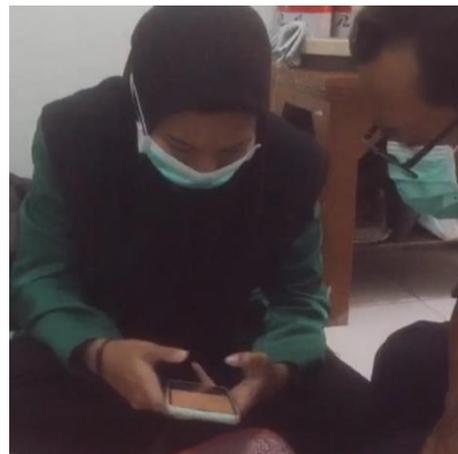
Kegiatan penyuluhan kami juga kami selingi dengan membantu mitra untuk mencoba menjahit produk korset kesehatan tersebut dan juga diselingi dengan sharing terkait produk dan juga manfaatnya.

## 2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan Gerakan Penyuluhan dan Digitalisasi UKM Korset Kesehatan, sebagai berikut :

Dengan tema “*Membranding UMKM Home Industri melalui Go Digital*” hasil dari kegiatan pengabdian kami adalah

- a. Penyuluhan tentang digitalisasi dan branding produk yang dilakukan oleh anggota tim sub domisili serpong terkait dengan keuntungan dari melakukan digitalisasi.
- b. Sesi tanya jawab dengan mitra. Pertanyaan yang ditanyakan berupa pertanyaan umum tentang produk, proses pembuatan, bahan yang digunakan dan juga proses penjualannya.





menambah pengetahuan dan pengalaman baru untuk anggota tim serta membantu mitra dalam proses pembuatan produk.

#### e. Penutupan

Penutup, yaitu dengan mengadakan foto bersama dengan mitra dan juga hasil



d. Penjahitan produk yang dilakukan oleh anggota tim dengan tujuan untuk



### 3. KESIMPULAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Saat ini, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia

Ada 3 peran UMKM yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat kecil. Tiga peran tersebut adalah:

1. Sarana mengentaskan masyarakat dari jurang kemiskinan
2. Sarana untuk meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil
3. Memberikan pemasukan devisa bagi negara

Jenis kegiatan kelompok 48 sub domisili Serpong adalah Penyuluhan dan pengembangan UMKM. Dengan mengangkat tema “*Membranding UMKM Home Industri melalui Go Digital.*” Kami melaksanakan kegiatan langsung pada UMKM Korset Kesehatan di Kedoya, Kembangan Utara, Jakarta Barat.

Penyuluhan yang kami lakukan dengan presentasi berupa materi dalam bentuk penjelasan secara langsung tentang digitalisasi pada umkm.

Digitalisasi UMKM adalah sebuah upaya agar para pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) mulai berpindah ke ranah digital dalam kegiatan bisnisnya.

Apabila digitalisasi UMKM tersebut dapat dilakukan secara menyeluruh, maka komunikasi dan hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen dapat terhubung melalui layanan digital tersebut. Tidak hanya itu, belanja konsumen pun dapat meningkat dan roda ekonomi dapat berputar kembali.

Kegiatan tim kami telah berjalan dengan lancar dan sukses sesuai dengan rencana program kerja. Mitra juga telah paham dan mengerti apa keuntungan dari digitalisasi dan juga menjual produk secara online dimasa pandemic seperti sekarang ini.

Dan dari hasil pembahasan yang kami bahas yaitu :

- a. Penyuluhan tentang digitalisasi dan branding produk yang dilakukan oleh anggota tim sub domisili serpong terkait dengan keuntungan dari melakukan digitalisasi.
- b. Sesi tanya jawab dengan mitra. Pertanyaan yang ditanyakan berupa pertanyaan umum tentang produk, proses pembuatan, bahan yang digunakan dan juga proses
- c. Pembuatan Online Shop sebagai wadah penjualan produk dan juga pengenalan produk untuk memperluas target penjualan.
- d. Penjahitan produk yang dilakukan oleh anggota tim dengan tujuan untuk mencari pengalaman.
- e. Penutupan  
Penutup, yaitu dengan mengadakan foto bersama dengan mitra dan juga hasil produk ukm.

Hasil pembahasan di atas sangat menjadikan kami pengalaman berupa :

Cara penjualan, membuat korset, mempromosikan.

Adanya *sharing* dan obrolan sederhana yang kami lakukan menjadikan kami lebih mengerti akan keluh kesah dari mitra dan juga menambah wawasan serta pengalaman tim kami.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Muhamadiyah Jakarta.
2. Dosen Pembimbing Lapangan yang telah membimbing dan membantu serta mengkoordinir pelaksanaan program kerja kami.
3. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Jakarta.
4. Mitra kami, Bpk Mulyono.
5. Semua pihak yang telah membantu tim pengabdian sebelum, selama dan juga setelah melakukan kegiatan pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana.

### DAFTAR PUSTAKA

Kriswibowo, Arimurti (2020). “Inovasi Dalam Mewujudkan Sdg’s Pada Era Post Pandemi.” *Program Studi Administrasi Publik Fisip Upn “Veteran” Jawa Timur*.

Handini, Virgia Aida, Choiriyati Wahyuni. (2020) “Digitalisasi Umkm Sebagai Hasil Inovasi Dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat Umkm Selama Pandemi Covid-19.” *Jurnal Riset Komunikasi*

Arifqi, M., & Junaedi, D. (2021). “Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi Umkm Berbasis Syariah Di Masa Pandemi Covid-19. *Al-*

*Kharaj” : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192-205.  
<https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V3i2.311>

Avriyanti, Shinta. (2021). “Strategi Bertahan Bisnis Di Tengah Pandemi Covid-19 Dengan Memanfaatkan Bisnis Digital (Studi Pada Ukm Yang Terdaftar Pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Tabalong)” *Jurnal Stiatabalong*