

Edukasi *Scale-Up* UMKM Dan Pemilihan Investasi Era Endemi Covid-19

MSME Scale-Up Education and Investment Selection in the Covid-19 Endemic Era

Ahmad Maulidizen^{1*}, Sujoko Winanto², Amriatus Safaah³ Muhammad Rafi Thoriq⁴

¹²³⁴⁵Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ

^{1*} ahmad.maulidizen@esqbs.ac.id, ²sujoko@esqbs.ac.id, ³amriatus.safaah@students.esqbs.ac.id,

⁴muhammad.rafi.t@students.esqbs.ac.id

Article History:

Received: 08, Agustus 2022

Revised: 29, Agustus 2022

Accepted: 30, September 2022

Keywords: *Scale-up;*
Endemic Era; MSMEs;
Investment Selection

Abstract: *The COVID-19 pandemic has impacted all sectors of the Indonesian economy. Many MSME actors close their businesses because of the declining interest in buying people. This activity aims to provide helpful information so that MSME actors receive stimulus funds to re-run existing businesses. They conducted this activity online through a zoom meeting attended by MSME actors from various sectors. Therefore, providing recommendations for MSMEs to sell their products through e-commerce and promote them through digital marketing as a marketing strategy to survive the pandemic. In addition, MSMEs also need to optimize marketing relationships with customers through customer relationship marketing to create loyal customers. Loyal customers have the potential to make repeat purchases and recommend products to other potential customers. By implementing this strategy, it is hoped that MSME businesses can continue to survive and have a positive impact on society and the economy Empowerment of Waqf through the Agricultural Sector as an Effort for Family Economic Resilience*

Abstrak

Pandemi covid-189 memberikan dampak kepada seluruh sektor perekonomian di Indonesia. Terdapat banyak pelaku UMKM menutup bisnis yang dijalankan karena menurunnya minat beli masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi bermanfaat agar pelaku UMKM mendapat dana stimulus untuk menjalankan Kembali bisnis yang telah ada. Kegiatan ini dilakukan secara online melalui zoom meeting yang dihadiri oleh pelaku UMKM dari berbagai sektor. Oleh karena itu, memberikan rekomendasi bagi UMKM untuk menjual produknya melalui e-commerce dan melakukan promosi produk melalui digital marketing sebagai strategi pemasaran bertahan di masa pandemi. Selain itu, UMKM juga perlu mengoptimalkan hubungan pemasaran dengan pelanggan melalui customer relationship marketing agar tercipta pelanggan yang loyal. Pelanggan yang loyal berpotensi untuk melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk kepada calon konsumen lainnya. Dengan menerapkan strategi tersebut, diharapkan agar bisnis UMKM dapat terus bertahan, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat dan perekonomian

Kata Kunci: *Scale-up; Era Endemi; UMKM; Pemilihan Investasi*

PENDAHULUAN

Dampak dari COVID-19 tidak hanya mengganggu sektor ekspor dan impor Indonesia, tetapi juga menyerang sektor perdagangan yaitu dari penerimaan pajak yang juga mengalami penurunan. Hal ini berdampak sangat serius karena dalam penerimaan pajak sektor perdagangan sangat memiliki kontribusi besar dalam mendongkrak penerimaan negara tepatnya yaitu berada pada urutan kedua terbesar. Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data terkait dengan ekspor migas dan non-migas yang menyebutkan terjadinya penurunan ekspor migas dan non-migas yang dampaknya ditimbulkan oleh pandemi ini, tidak heran karena memang China adalah importir minyak mentah terbesar di dunia. Tidak hanya itu saja, pandemi Covid-19 juga menyebabkan turunnya produksi yang dihasilkan China, padahal tumpuan barang dunia dan produksi sentral barang dunia terpusat di China (Sutrisno, 2021; Natasya & Hardiningsih, 2021). Usaha kecil dan menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Langkah-langkah penguncian (*lockdown*) telah menghentikan aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, dengan penurunan permintaan dan mengganggu rantai pasokan di seluruh dunia. Dalam survei awal, lebih dari 50% UMKM mengindikasikan bahwa mereka bisa gulung tikar dalam beberapa bulan ke depan (Thaha, 2020; Maulidizen et al., 2021).

Strategi pemulihan ekonomi di beberapa negara dengan cara memberi subsidi gaji pada pekerja, mendorong pengembangan inovasi wisatawan, relaksasi pinjaman langsung dan digitalisasi dalam pengembangan UMKM dan optimalisasi pariwisata. Sedangkan negara kita strategi pemulihan ekonomi juga dapat melakukan strategi yang sama untuk peningkatan pemulihan ekonomi diantara strategi yang dapat dilakukan diantaranya: Pemberian bantuan social bagi pelaku usaha, insentif perpajakan, relaksasi pinjaman, pemberian modal kerja, penyediaan penyangga produk, *e-learning* ditambah dengan strategi jangka panjang dan jangka pendek seperti halnya penanganan Covid-19. Strategi yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha antara lain melayani konsumen melalui platform online, meningkatkan total quality management terkait higienitas, serta perubahan metode bisnis sementara agar laporan keuangan tetap positif. Selain itu pemerintah memberikan bantuan sosial dan insentif pajak, restrukturisasi dan relaksasi kredit, serta perluasan pembiayaan modal bagi UMKM (Azizah et al., 2020; Maulidizen, 2019).

UMKM adalah jenis usaha perekonomian yang paling banyak terdampak dari pandemic covid-19 meliputi industri automotif, industri baja, peralatan listrik, industri tekstil, kerajinan dan alat berat, pariwisata. Sedangkan industri yang mampu bertahan di masa pandemic covid-19 adalah (1) UMKM yang mampu mengadaptasikan bisnisnya dengan produk-produk inovasi. (2) Industri ritel yang mampu bertahan, hal ini dikarenakan sebagian memanfaatkan penjualan melalui marketing digital, (3) Industri lain yang mampu bertahan dimasa pandemi covid 19 adalah industri

yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar, antara lain listik, air bersih, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, otomotif dan perbankan. Industri yang mengalami perkembangan selama masa pandemic covid-19 adalah pangan, farmasi, teknologi Informasi dan komunikasi (Rosita, 2020; Maulidizen & Pratiwi, 2020). UMKM untuk menjual produknya melalui e-commerce dan melakukan promosi produk melalui digital marketing sebagai strategi pemasaran bertahan di masa pandemi. Selain itu, UMKM juga perlu mengoptimalkan hubungan pemasaran dengan pelanggan melalui customer relationship marketing agar tercipta pelanggan yang loyal. Pelanggan yang loyal berpotensi untuk melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk kepada calon konsumen lainnya. Dengan menerapkan strategi tersebut, diharapkan agar bisnis UMKM dapat terus bertahan, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat dan perekonomian (Atmaja & Novitaningtyas, 2021; Maulidizen & Sahida, 2019; Maulidizen & Raihanah, 2019). Oleh karena itu, kegiatan Edukasi *Scale-Up* UMKM Dan Pemilihan Investasi Era Endemi Covid-19 dapat memberikan informasi yang bermanfaat kepada UMKM untuk bangkit segera di masa endemic covid-19.

METODE

Kegiatan ini diadakan dengan mengutamakan prinsip protokoler Kesehatan dengan tetap menjaga jarak dan tidak menimbulkan kerumunan sehingga kegiatan dilaksanakan secara online dengan menggunakan aplikasi zoom meeting. Metode presentasi dilakukan dua arah sehingga interaksi terus terjaga antara pemateri dengan peserta. Adapun keterangan pemateri dalam kegiatan ini adalah

Tabel 1 Pemateri Kegiatan

No	Pemateri	Jabatan	Judul
1	Kurnia Atmaja	Department Head Micro Banking Business & Distribution Bank Syariah Indonesia	Pembiayaan Pemulihan UMKM
2	Pratiwi Wulandari, S.Mn	Owner @balistarjuice.lombok @hajuchiken dan @centimeterofficial	Strategi Bertahan Sewaktu & Setelah Pandemi Covid-19
3	Haris Ainur Falah	Market Development IPOT Syariah Indo Premier Sekuritas	Siapapun Bisa Investasi
4	Teuku Rusydi Khairi, SE	Investment Manager. PT. Tokio Marine Life Insurance Indonesia	Mengenal Teknik Analisa Investasi

Tabel 2 *Rundown* Acara:

<i>RUNDOWN ACARA</i>		
Waktu (WIB)	Uraian	PIC
08.00 – 08.40	Pembukaan	Host & MC : Ramadhan Eka Putra
08.40 – 08.50	Lagu Indonesia Raya	Host & MC : Ramadhan Eka Putra
08.50 – 09.00	Sambutan Ketua Pelaksana	Ahmad Maulidizen, SE.Sy, M.Sh
09.00 – 09.10	Doa	Ahmad Maulidizen, SE.Sy, M.Sh
09.10 – 09.40	Pemateri 1	Kurnia Atmaja
09.40 – 10.10	Pemateri 2	Pratiwi Wulandari, S.Mn
10.10 – 10.40	Pemateri 3	Haris Ainur Falah, B.Sh
10.40 - 11.10	Pemateri 4	Teuku Rusydi Khairi, S.E
11.10 – 11.45	Sesi Tanya Jawab	Sujoko Winanto, S.T, MM
11.45 – 12.30	Resume Materi + Penutupan	Sujoko Winanto, S.T, MM

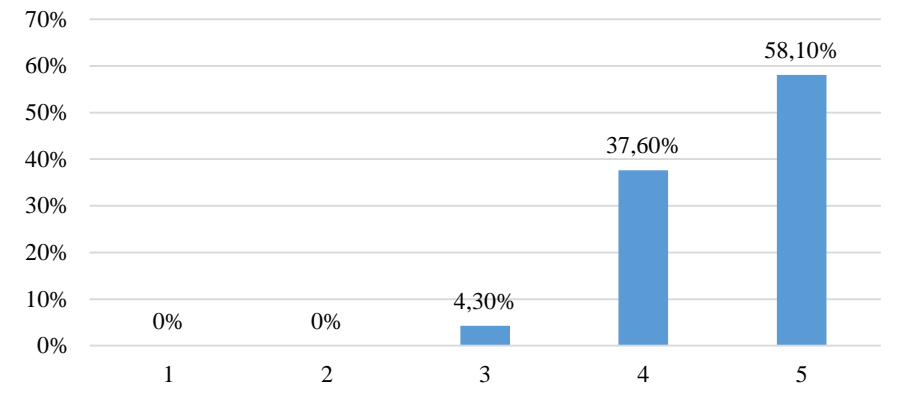
HASIL DAN DISKUSI

Kondisi pandemi Covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor. Di Indonesia, pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap beberapa sektor seperti sektor pariwisata, sektor perdagangan, dan sektor industri. Dampak yang terlihat yaitu penutupan bisnis dan pengurangan tenaga kerja. Beberapa perusahaan mengurangi sumber daya bahan baku dan sumber daya manusia karena turunnya permintaan pasar. UMKM juga turut merasakan dampak tersebut. Dampak pandemi Covid-19 terhadap UMKM tidak sekedar pada aspek produksi dan pendapatan saja, tetapi juga pengurangan jumlah tenaga kerja

Kegiatan ini diharapkan memberikan luaran bagi peningkatan pengetahuan bagi peserta yang benar tentang investasi saham Syariah dan pasar modal, informasi tentang mekanisme untuk menjadi investor sehingga dapat mendukung pemulihan ekonomi sebagai dampak resesi. Masukan dan hasil dari kegiatan berlangsung diperoleh dari responden kegiatan edukasi Scale-up UMKM dan Pemilihan Investasi Era Endemi Covid-19. Total responden sebanyak 186 orang (alamat email dan nomor telepon dalam lampiran).

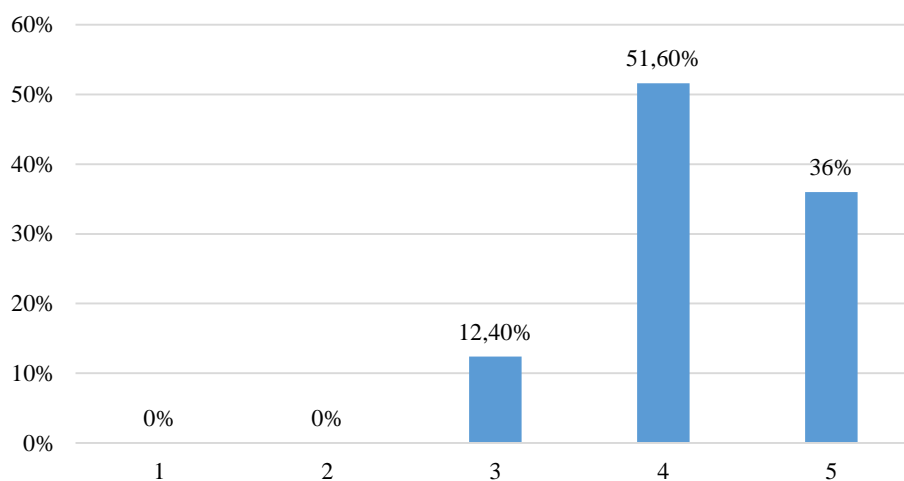
Hasil yang diperoleh dari para responden melalui distribusi kuisisioner melalui google form dan disebarluaskan melalui tautan <https://bit.ly/FeedbackBusinessTalkEBS>. Terkait kegiatan edukasi Scale-up UMKM dan Pemilihan Investasi Era Endemi Covid-19 dengan data penjelasan yang dibagi menjadi dua bagian; pertamanya dan metode, kedua pemateri sebagai berikut;

Bagian 1 Isi dan Metode



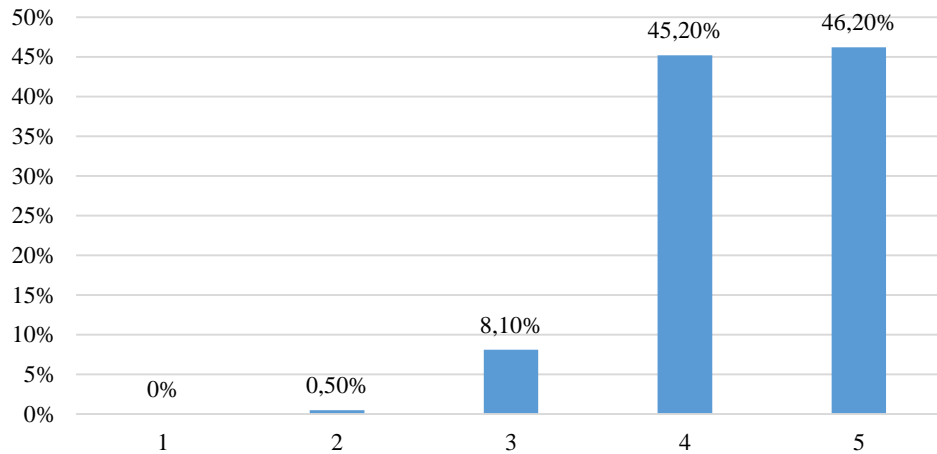
Grafik 1 Tujuan dan Tema disampaikan secara jelas

Terkait tujuan dan tema kegiatan 58,1% responden merasa sangat puas, 37,6% merasa puas dan 4,3% merasa cukup.



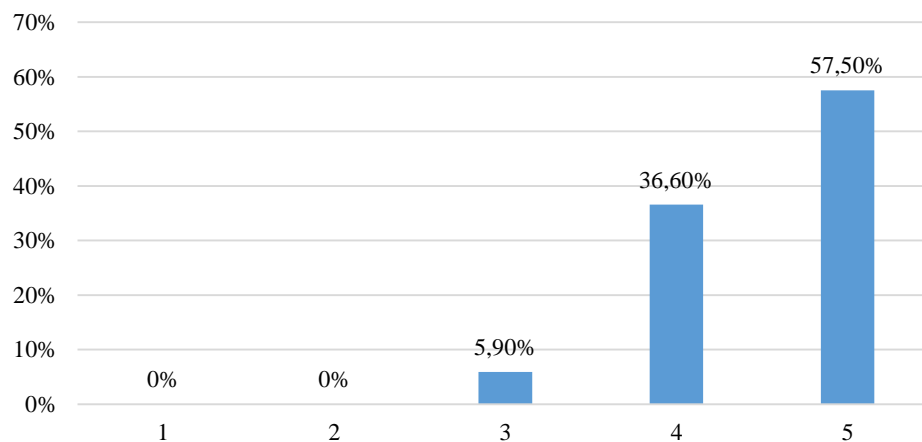
Grafik 2 Pemahaman materi dan topik workshop dan pelatihan

Para peserta 36% sangat memahami materi dan topik yang disampaikan, 51,6% memahami dengan baik dan 12,4% cukup memahami



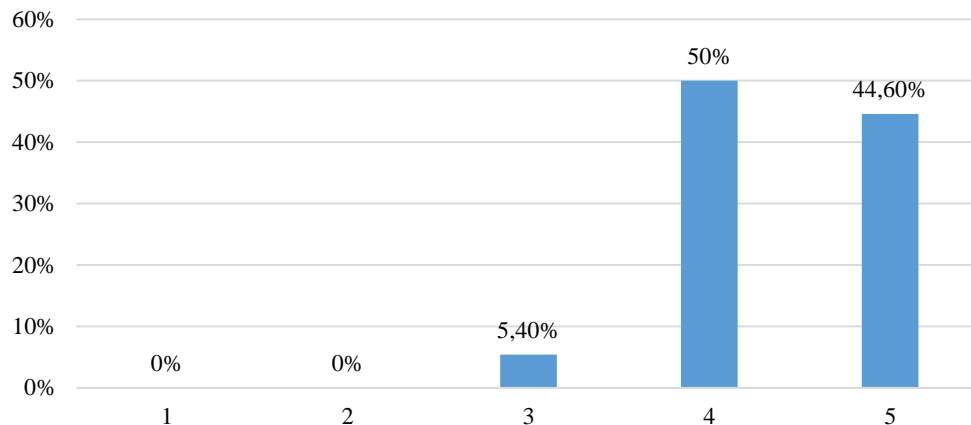
Grafik 3 Durasi penyampaian materi

Terkait dengan waktu dalam menyampaikan materi, 0,5% merasa kurang puas, 8,1% merasa cukup puas, 45,2% menyatakan puas dan 46,2% merasa sangat puas. Responden yang merasa kurang puas sebanyak 0,5%, setelah dianalisis lebih dalam melalui pernyataan lain, diperoleh hal yang menjadi penyebab ketidakpuasan karena menganggap butuh waktu lebih lama sehingga praktik ilmu yang diberikan bisa lebih lama.



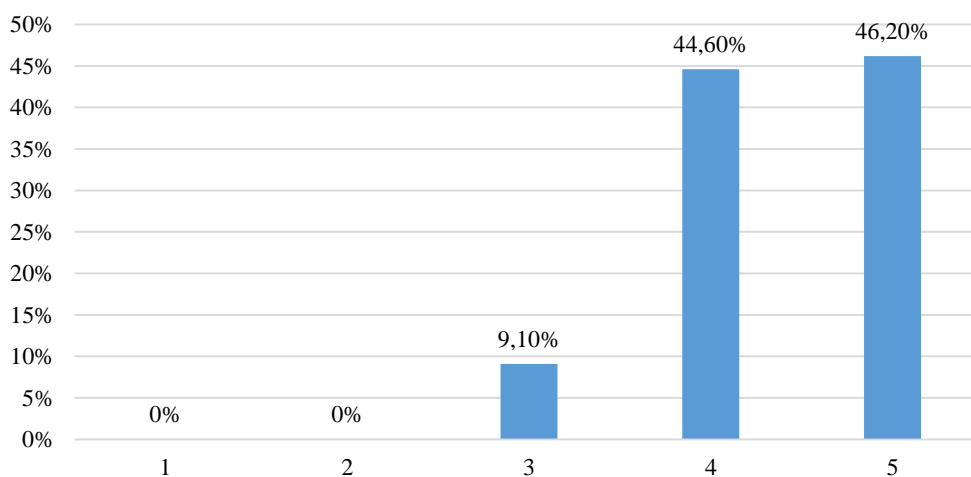
Grafik 4 Kesesuaian isi materi dengan minat dan kebutuhan

Terkait materi yang disampaikan, responden 57,5% merasa sangat puas dan sesuai dengan kebutuhannya, 36,6% merasa puas dan 5,9% merasa cukup puas.



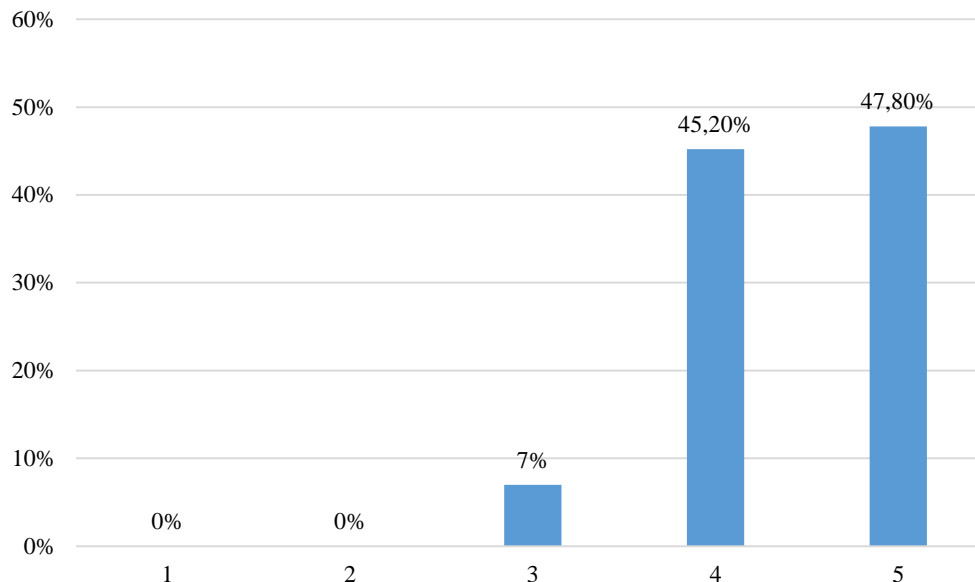
Grafik 5 Platform media workshop dan pelatihan

Kegiatan ini dilaksanakan melalui aplikasi zoom meeting, menurut responden platform media kegiatan yang digunakan 44,6% merasa sangat puas, 50% merasa puas dan 5,4% merasa cukup puas.



Grafik 6 Diskusi Selama Kegiatan

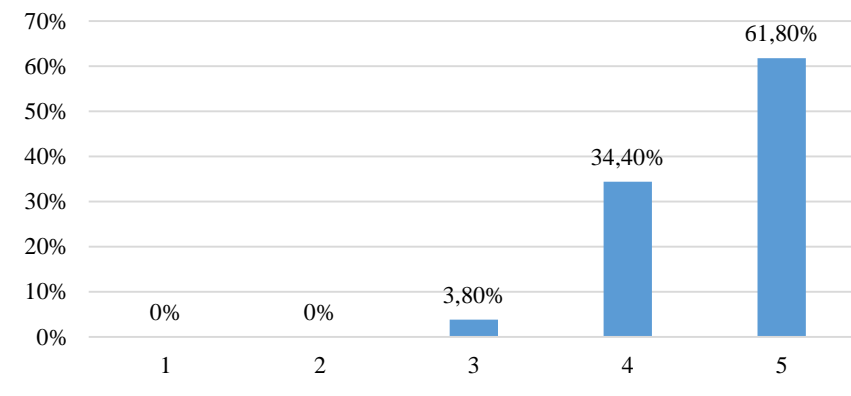
Terkait diskusi selama kegiatan, 46,2% responden merasa sangat puas, 44,6% merasa puas dan 9,1% merasa cukup puas. Besarnya responden yang merasa sangat puas dikarenakan selama berlangsungnya kegiatan, pemateri melakukan diskusi interaktif dua arah dengan peserta.



Grafik 7 Kondusivitas selama workshop dan pelatihan berlangsung

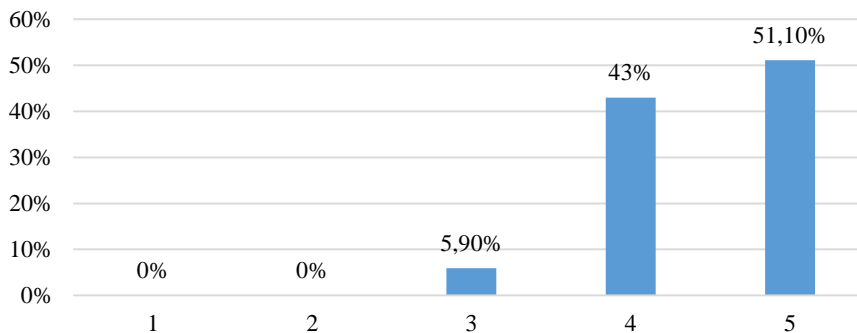
Kegiatan telah berlangsung secara kondusif dan teratur, hal ini dikarenakan 47,8% responden merasa sangat puas dan kegiatan telah berlangsung secara kondusif, 45,2% merasa puas dan 7% merasa cukup puas dengan kondusivitas kegiatan selama berlangsung

Bagian 2 Pemateri



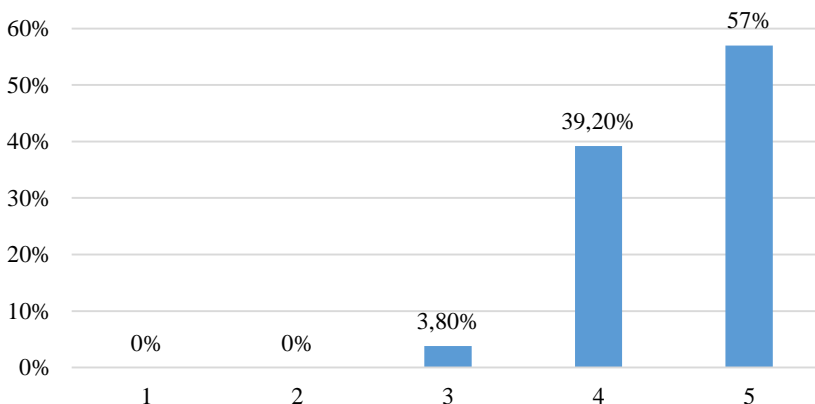
Grafik 8 Penguasaan Materi

Pemateri dalam kegiatan ini mempunyai penguasaan materi yang sangat baik, hal ini dibuktikan dengan penilaian responden terhadap pemateri 61,8% merasa sangat puas dan sangat menguasai materi yang disampaikan, 34,4% merasa puas dan 3,8% merasa cukup puas.



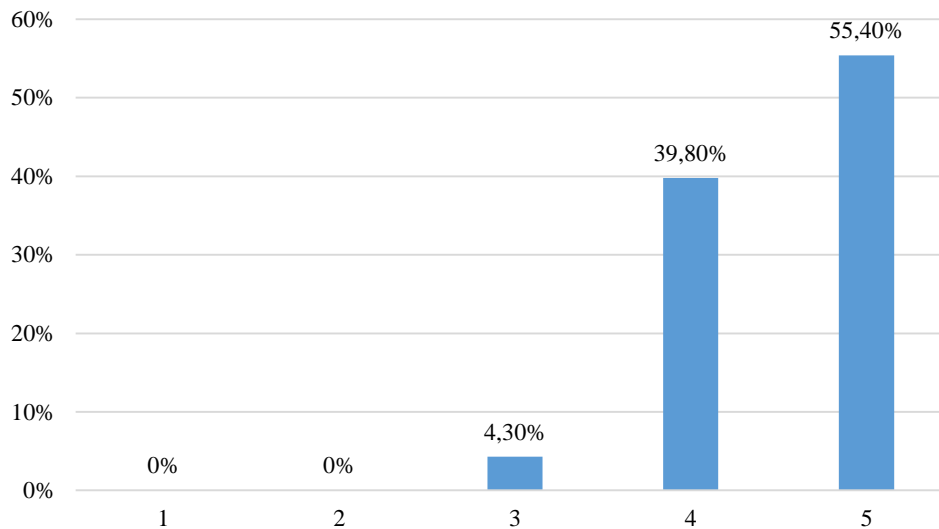
Tabel 9 Kejelasan penyampaian dan kemudahan pemahaman materi

Pemateri dalam kegiatan telah memberikan materi secara jelas dan mudah dipahami oleh peserta. Hal ini dibuktikan dengan 51,1% responden menyatakan sangat puas, 43% merasa puas dan 5,9% merasa cukup puas.



Tabel 10 Pemateri fokus pada materi yang disampaikan

Selain pemateri telah memberikan materi secara jelas, pemateri juga telah fokus pada materi yang disampaikan. Hal ini diketahui dengan 57% responden menyatakan sangat puas, 39,2% menyatakan puas dan 3,8% menyatakan cukup puas.



Tabel 11 Mampu menjawab pertanyaan dengan tepat

Dalam sesi diskusi dan tanya jawab selama berlangsungnya kegiatan, pemateri mampu menjawab pertanyaan dengan tepat sehingga peserta mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Hal ini diketahui dari 55,4% responden menyatakan sangat puas terhadap jawaban yang diberikan oleh pemateri, 39,8% merasa puas dan 4,3% merasa cukup puas. Setelah pertanyaan tertutup di atas, responden juga memberikan masukan secara terbuka terhadap narasumber dan kegiatan untuk peningkatan kualitas. Informasi yang diperoleh sangat banyak dan disertakan pada bagian lampiran laporan ini. Beberapa masukan dari responden adalah terkait waktu yang dianggap kurang dalam menyajikan materi namun hampir keseluruhan merasa puas dan memberikan masukan positif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan edukasi dalam bentuk materiil dan non-materiil. Dan juga kepada seluruh mitra yang telah berkenan sebagai narasumber seperti PT. Tokio Marine Life Insurance Indonesia, Bank Syariah Indonesia dan PT. Indo Premier Sekuritas. Besar harapan kami kepada pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan edukasi ini dapat bangkit dan meminimalisir dampak covid-19 dengan memanfaatkan fasilitas pembiayaan dari Lembaga keuangan syariah khususnya Bank Syariah Indonesia.

KESIMPULAN

Dengan rasa syukur yang tak terhingga kita kepada Allah SWT dari kegiatan Tridarma dosen-dosen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ, Pengabdian Kepada Masyarakat, insyaa Allah dapat memberikan bekal kepada segenap masyarakat, khususnya masyarakat yang tertarik untuk berinvestasi, dengan meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam berinvestasi di

pasar modal syariah, serta dapat membantu dukungan kepada pemerintah menghadapi resesi dengan cara investasi. Melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan bukti dedikasi para dosen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ dalam dunia pendidikan. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini secara garis besar adalah memberikan edukasi dan informasi yang benar mengenai investasi, pasar modal syariah, dan saham syariah, serta langkah yang baik dan benar dalam berinvestasi di saham syariah.

DAFTAR REFERENSI

- Atmaja, H. E., & Novitaningtyas, I. (2021). Analisis Aspek Pemasaran UMKM di Masa Resesi Global Dampak dari Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 13(1), 1–11.
- Azizah, F. N., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal. *OECOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62.
- Maulidizen, A. (2019). Economic Thought of Ibn Taimiyah and Relevance to the World Economic and Community Economic System. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 20(2), 131–146. <https://doi.org/10.14421/esensia.v20i2.2103>
- _____, & Pratiwi, E. (2020). The Concept of Qat'I Dalalah: Definition, Laws and Perceived Conflict. *Khatulistiwa: Journal of Islamic Studies*, 10(1), 115–131.
- _____, A., & Raihanah, A. (2019). The Technique of Determining Ijtihad and Its Application in Life: Analysis of Istihsan, Masalah Mursalah, 'Urf and Syar'u Man Qablana. *Al-Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum*, 4(1), 45–62.
- _____, A., & Sahida, A. (2019). An-Nahyu: Concept and Implementation in Islamic Law Determination. *Khatulistiwa: Journal of Islamic Studies*, 9(1), 116–140.
- _____, A., Tirmidzi, M., & Rizapoor, H. (2021). Migration of Muslims to Other Parts of the World: New Events and Facts. *Religia: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 24(2), 141–156.
- Natasya, V., & Hardiningsih, P. (2021). Kebijakan Pemerintah Sebagai Solusi Meningkatkan Pengembangan UMKM di Masa Pandemi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 141–148.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109–120.

Sutrisno, E. (2021). Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor UMKM dan Pariwisata. *Jurnal Kajian Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia*, 9(1), 641–660.

Thaha, A. F. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Brand: Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147–153.