

# PEMANFAATAN APLIKASI P2P LENDING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KABUPATEN BLITAR

<sup>1</sup>Achmad Murdiono, <sup>2</sup>Fadia Zen, <sup>3</sup>Trisetia Wijijayanti

Universitas Negeri Malang

Email: achmad.murdiono.fe@um.ac.id

**Abstrak:** Usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM) merupakan pondasi utama dari perekonomian di Indonesia, hal ini karena mayoritas unit usaha yang berjalan di Indonesia adalah UKM. Selain jumlah dan potensi, UKM di Indonesia memiliki dua permasalahan pokok yaitu akses pasar dan permodalan yang rendah. Hal ini berdampak pada kontribusi UKM terhadap PDB Indonesia yang belum maksimal. Melalui kegiatan ini diharapkan mampu berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat secara langsung dengan memberikan solusi yang bisa mengatasi permasalahan mitra. Khalayak sasaran program Program Kemitraan Masyarakat ini adalah pelaku usaha (UKM) pada sektor industri makanan Desa Rejowinangu Kecamatan Kademangan, Kabupaten, Kabupaten Blitar. Kegiatan ini dimulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan ini antara lain 1). Meningkatnya pengetahuan masyarakat akan aspek pengembangan usaha melalui pelatihan penyusunan rencana usaha bisnis (*business plan*) pada masing-masing pelaku UKM, 2). Meningkatnya pangsa pasar produk melalui media iklan berbasis teknologi pada aplikasi Omah UKM Rejowinangun dan 3). Meningkatnya akses pendanaan UKM berbasis *equity crowdfunding* melalui aplikasi Omah UKM Rejowinangun.

**Kata kunci:** Pelatihan dan Pendampingan, Aplikasi Omah UKM Rejowinangun, UKM

## PENDAHULUAN

Mayoritas unit usaha yang ada di Indonesia tergolong usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM). Pernyataan ini diperkuat oleh data BPS tahun 2017 yang menunjukkan bahwa 48.528 juta atau sebesar 99,99% dari unit usaha yang ada di Indonesia adalah mereka yang tergolong dalam UKM ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)). Selain itu UKM merupakan penopang ekonomi yang paling besar dalam perekonomian di Indonesia yang dibuktikan dengan bertahannya UKM pada masa krisis dan menjadi penggerak dari pertumbuhan ekonomi pasca krisis (Tedjasuksmana, 2014). Prestasi lain adalah UKM menjadi sektor usaha terbesar kontribusinya terhadap pembangunan negara serta mampu membuka lapangan kerja yang cukup luas bagi para tenaga kerja, sehingga mampu meminimalisir angka pengangguran di Indonesia (Wijanarko & Susila, 2016). Selain itu, keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja ([www.smeccda.com](http://www.smeccda.com)).

Selain potensi dan keunggulan di atas, UKM juga menghadapi berbagai permasalahan antara lain terbatasnya akses untuk peningkatan permodalan usaha, rendahnya kemampuan Sumber daya Manusia (SDM), rendahnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Sudaryanto dan Hanim, 2002). Lemahnya kemampuan terhadap akses permodalan merupakan permasalahan klasik meskipun lembaga keuangan saat ini telah memberikan banyak pilihan pembiayaan. Lembaga swadaya masyarakat juga tidak ketinggalan untuk turut berperan dalam aplikasi keuangan mikro (Prabowo dan Wardoyo, 2003). Hal ini lebih banyak disebabkan karena ketidakmampuan UKM untuk melengkapi persyaratan administratif untuk mengajukan pinjaman.

Pembiayaan utang (*debt financing*) adalah metode pembiayaan yang melibatkan suatu alat pembawa bunga, biasanya berupa pinjaman, yang pembayarannya hanya terkait secara tidak langsung pada penjualan dan keuntungan dari usaha tersebut. Sedangkan pembiayaan ekuitas (*equity financing*) tidak membutuhkan jaminan dan memberikan tawaran kepada investor berupa bentuk kepemilikan usaha, (Hisrich, 2008). Oleh karena itu, model pembiayaan ekuitas (*equity financing*) merupakan salah satu solusi terbaik dalam mengatasi permasalahan pendanaan UKM.

Masalah lain yang dihadapi dan sekaligus menjadi kelemahan UKM adalah kurangnya akses informasi, khususnya informasi pasar (Ishak, 2005). Setidaknya terdapat 2 permasalahan utama pada aspek pemasaran antara lain rendahnya penyesuaian pasar, kurang kuat dalam persaingan yang kompleks, dan infrastruktur pemasaran yang kurang memadai (Suci, 2017). Penguasaan terhadap pasar merupakan prasyarat guna menumbuhkan daya saing UKM dalam menghadapi mekanisme pasar yang semakin kompetitif dan kompleks (Sedyastuti, 2018). Oleh karena itu peningkatan akses pasar merupakan persyaratan mutlak untuk meningkatkan kontribusi UKM pada perekonomian nasional.

Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan dalam rangka membangun branding bisnis di tingkat global adalah melalui pelatihan (Roosdhani, Wibowo, & Widiastuti, 2012). Studi mengenai pemberdayaan UKM telah dilakukan dengan melakukan pendampingan dalam pembuatan media online berbentuk e-commerce guna mengembangkan UMKM di Tlogomas agar tetap eksis dan diharapkan mampu membantu menopang dan meningkatkan perekonomian warga Tlogomas (Irawan, 2000). Studi empiris membuktikan bahwa penambahan nilai tambah ternyata tidak dinikmati oleh perusahaan skala kecil dan sedang, namun justru perusahaan dengan tenaga kerja lebih dari 1.000 orang (Kuncoro, 1997). Oleh karena itu diperlukan model pemberdayaan yang efektif bagi pengembangan UKM di Indonesia.

Ginandjar (1996) menyatakan bahwa pemberdayaan adalah upaya yang membangun daya masyarakat dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan

kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya (Ginandjar, 1996). Sedangkan mardikato (2015) menyatakan bahwa definisi pemberdayaan diartikan sebagai upaya untuk memberikan daya (*empowerment*) atau penguatan (*strengthening*) kepada masyarakat. Oleh karena itu, salah satu upaya untuk pemberdayaan masyarakat adalah dengan cara memanfaatkan potensi daerah (Sumber daya alam dan manusia) melalui UKM yang berada pada masing masing daerah. Salah satu daerah di provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi unggulan adalah kabupaten Blitar. Secara geografis kabupaten Blitar berada di barat daya Surabaya. Dan berbatasan dengan kabupaten malang, Tulungagung dan Kediri.

Berdasarkan latar belakang dan urgensi solusi dari permasalahan UKM, maka dapat disimpulkan bahwa diperlukan sebuah pelatihan bagi UKM untuk meningkatkan kapasitas pendanaan melalui model *equity financing* dan pelatihan perluasan akses pasar melalui media teknologi informasi. Oleh karena itu, pelatihan pelatihan aplikasi *P2P Lending* berbasis android untuk optimalisasi pendanaan dan pemasaran bagi UKM sangat penting dan mendesak untuk dilaksanakan. Objek dari kegiatan pelatihan ini adalah UKM makanan di desa Rejowinangun Kabupaten Blitar. Desa Rejowinangun terletak di sebelah selatan dari wilayah kabupaten Blitar merupakan desa yang memiliki potensi UKM sangat bagus. Ini dibuktikan bahwa jumlah masyarakat pelaku UKM sebesar 60% dengan berbagai macam produk makanan. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi *P2P Lending* ini diharapkan mampu memperkuat kapasitas pendanaan dan pemasaran UKM desa Rejowinangun Kabupaten Blitar.

## METODE

Kegiatan pelatihan dan pendampingan aplikasi *Peer To Peer Lending* ini dilaksanakan dalam 3 tahap yaitu.

1. Tahap persiapan, dilaksanakan dengan melakukan studi pendahuluan di lokasi kegiatan untuk mengetahui karakteristik UKM dan pengembangan aplikasi Omah UKM Rejowinangun
2. Tahap pelaksanaan, dilaksanakan dalam 3 tahap yaitu pengambilan data profil bisnis, pelatihan dan pendampingan tahap I dan II
3. Tahap evaluasi, dilaksanakan dengan melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pemerintah desa, perwakilan UKM dan BUMDES.

Secara umum rancangan kegiatan pelatihan akan dijelaskan melalui gambar di bawah ini.



**Gambar 1.** Skenario kegiatan pendampingan

Kegiatan pelatihan P2P Lending ini dilaksanakan 5 bulan dimulai dari bulan Juni sampai Oktober 2020 dengan melibatkan 25 UKM dan 5 pengurus Bumdes desa Rejowinangun. 25 UKM di desa Rejowinangun tersebut terdiri dari 7 jenis produk yaitu: (1). Produk geti, (2). Produk jenang, (3). Produk kerupuk, (4). Produk tahu, (5). Produk dodol, (6). Produk Opak dan (7). Produk susu.

## HASIL & PEMBAHASAN

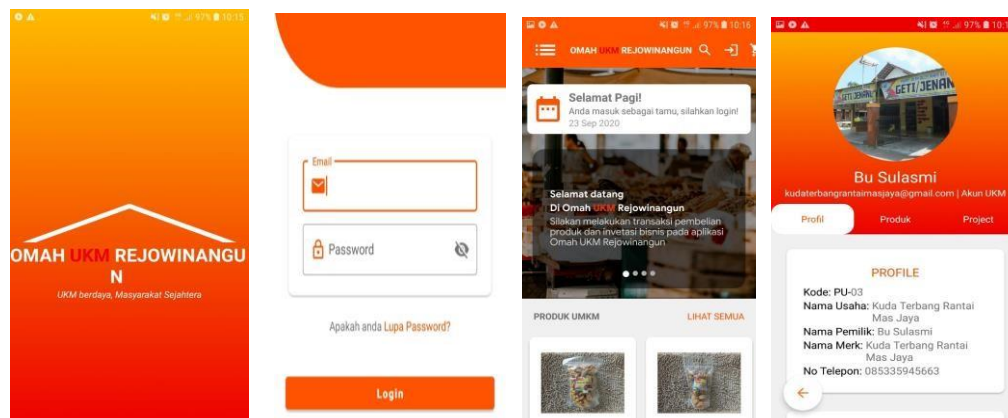
Tahap pendahuluan diawali dengan studi literatur kemudian dilanjutkan dengan studi lapang. Studi literatur dilakukan dengan mencari referensi mengenai konsep pemberdayaan UKM yang pada aspek pendanaan dan investasi. Sedangkan studi lapang adalah melakukan observasi di lapangan dengan mengidentifikasi karakter pembiayaan dan pemasaran pada UKM. Selain itu observasi lapang berfungsi untuk mengidentifikasi kebutuhan pada penyusunan media pelatihan.

Studi lapang dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan para peneliti sesuai dengan permasalahan yang diungkapkan pada latar belakang di atas. Melalui studi lapang ini tim mendapatkan bahan untuk menyusun sebuah konten yang diperlukan dalam aplikasi yang akan dibangun. Proses pengumpulan yang dilakukan dalam studi lapang dilakukan menggunakan teknik wawancara kepada para UKM. Studi lapang dilakukan oleh tim melalui kunjungan ke Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Blitar dan Pemerintah Desa Rejowinangun Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar.

Berdasarkan data studi lapang yang dilakukan oleh tim, diketahui bahwa desa Rejowinangun memiliki potensi UKM yang sangat bagus. Menurut kepala desa Rejowinangun (Bagus Prombodo) produk UKM sudah banyak dikenal oleh masyarakat kabupaten Blitar dan memiliki pangsa pangsa nasional. Hasil survei lapang sudah bisa memberikan gambaran mengenai potensi UKM dan model aplikasi yang akan disusun. Langkah selanjutnya tim menyusun instrumen untuk pengumpulan data yang digunakan untuk bahan dalam pengisian aplikasi.

## **Pengembangan Aplikasi Peer to Peer Lending UKM**

Setelah proses studi lapang, langkah selanjutnya tim akan menganalisis dan merumuskan konten aplikasi berdasarkan hasil analisa uji literature dan uji lapang. Dengan pertimbangan branding aplikasi supaya lebih mudah dikenal oleh khalayak masyarakat maka tim memutuskan untuk tetap menggunakan branding nama **Omah UKM Rejowinangun**. Berikut ini merupakan gambaran aplikasi **Omah UKM Rejowinangun** sebagai aplikasi pendanaan yang lebih lengkap dengan memasukkan unsur pemasaran dalam aplikasi.



**Gambar 2.** Aplikasi Omah UKM Rejowinangun

Aplikasi **Omah UKM Rejowinangun** merupakan aplikasi yang dikembangkan dari penelitian Rancang bangun aplikasi P2P lending. Melalui aplikasi ini UKM bisa menyampaikan informasi keuangan, rencana bisnis dan produk kepada masyarakat.

## **Pelatihan dan Pendampingan**

Dikarenakan kondisi pandemi korona yang masih belum selesai. Maka tim merubah rancangan pelatihan dan pendampingan yang semula menggunakan kelas besar dengan mengumpulkan semua UKM untuk 2 kali pendampingan yang direncanakan, dirubah dengan membagi pendampingan mandiri/prifat pada pendampingan tahap I dan pendampingan tahap II yang dilakukan secara terbatas untuk menjaga agar tidak terjadi kerumunan massa dalam jumlah yang besar. Skenario kegiatan pendampingan ini akan tetap dijalankan dengan melaksanakan dan mematuhi protokol Kesehatan. Nantinya UKM akan di didampingi berdasarkan jenis produk yang sudah di klasterisasi sebelumnya.

Pada kegiatan pelatihan dan pendampingan ini akan dilaksanakan dalam 2 (dua) tahap dengan rincian sebagai berikut:

- a. Pendampingan individu dilakukan untuk pengisian profil usaha dan pengisian rencana usaha pada aplikasi

b. Pendampingan penggunaan aplikasi pada kelas terbatas

Berikut ini merupakan dokumentasi kegiatan pendampingan tahap I penyusunan dan pengisian profil usaha dan rencana bisnis:



Gambar 3. Pendampingan penyusunan rencana dan profil bisnis UKM Jenang

Berdasarkan data-data yang diperoleh pada saat pendampingan tahap I, tim akan melakukan proses input data profil usaha dan rencana bisnis pada aplikasi yang sudah disiapkan. Profil bisnis dan rencana usaha ini nanti akan menjadi konten promosi dan pendanaan UKM desa Rejowinangun pada aplikasi **Omah UKM Rejowinangun**. Pada tahap selanjutnya akan dilakukan Pendampingan penggunaan aplikasi pada kelas terbatas. Kegiatan pendampingan ini direncanakan akan dilakukan dengan tetap mengedepankan dan mematuhi protocol kesehatan. Hasil pendampingan yang sudah dilaksanakan oleh tim pendamping akan dirumuskan dalam laporan kegiatan pendampingan dan akan disampaikan kepada pihak pemerintah desa Rejowinangun melalui kegiatan FGD. Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi **Omah UKM Rejowinangun**.



Gambar 4. Pelatihan penggunaan aplikasi dan FGD hasil kegiatan.

Pada kesempatan pelatihan ini juga diserahkan secara simbolis aplikasi **P2P Lending** dengan nama **Omah UKM Rejowinangun** dan Buku Katalog Bisnis UKM Rejowinangun kepada kepala desa Rejowinangun, kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar. Berikut ini merupakan dokumentasi kegiatan tersebut.

### 1. Tahap evaluasi

Tahap terakhir dalam kegiatan ini adalah pelaksanaan FGD dan rekomendasi hasil Pendampingan. FGD dilakukan dengan pengurus BUMDES dan Pemerintah desa Rejowinangun dan Dinas UKM Kabupaten Blitar. Terdapat beberapa poin hasil pelaksanaan FGD antara lain:

1. Diseminasi hasil pelatihan untuk entry produk dan proyek bagi para UKM lain yang belum masuk daftar kegiatan PkM tahun 2020 oleh pemerintah desa melalui BUMDES
2. Penyusunan katalog produk unggulan UKM desa rejowinangun yang akan dilaksanakan pada tahun selanjutnya
3. Melakukan pembuatan video profil UKM berdasarkan masing-masing jenis produk UKM
4. Melakukan festival produk UKM dalam rangka untuk mewujudkan kampung wisata UKM desa Rejowinangun

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa pelaku UKM Desa Rejowinangun mengalami perubahan dalam strategi pendanaan dan pemasaran dari pola strategi lama menggunakan strategi konvensional berubah menjadi strategi berbasis *equity financing* dan perluasan akses melalui media *e-commerce* setelah dilakukan kegiatan pelatihan aplikasi aplikasi *P2P Lending*. Selain itu, pelaku UKM juga mengalami peningkatan pengetahuan akan aspek pengembangan usaha melalui pelatihan penyusunan rencana usaha bisnis (*business plan*) pada masing-masing pelaku UKM.

### DAFTAR RUJUKAN

- Hafsah, M. Jafar. (2004) Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM). Diakses pada tanggal 3 April 2013 pukul 22.15 WIB dari [www.smeccda.com](http://www.smeccda.com).
- Hisrich, Robert D, Peters, Michael P, Sheperd, Dean A. 2008. Entrepreneurship, 7 ed. McGraw-Hill
- Irawan PLT, Kestrialia RP, & Melany (2020) Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui Implementasi ECommerce di Kelurahan Tlogomas. Jurnal SOLMA 9(1):33-44. Doi: <http://dx.doi.org/10.29405/solma.v9i1.4347>
- Ishak, Effendi. 2005. Artikel : Peranan Informasi Bagi Kemajuan UKM. Yogyakarta : Kedaulatan Rakyat.

- Kartasmita Ginandjar (1996). Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan, Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo
- Kuncoro, Mudrajad dan PT Asana Wirasta Setia. 1997. Pengembangan Pola Pembinaan Usaha Kecil dan Masyarakat di Sekitar Obyek dan Kawasan Pariwisata. PT Asana Wirasta Setia dan Deparpostel. Yogyakarta
- Mardikanto Totok dan Soebiato Poerwoko. 2015. Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik, Cet. Ke-3. Bandung: Alfabeta
- Prabowo, Hendro dan Wardoyo. 2003. Kinerja Lembaga Keuangan Mikro bagi Upaya Penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Wilayah Jabotabek. Depok : Universitas Gunadarma
- Roosdhani MR, Wibowo PA, & Widiastuti A (2012) Analisis Tingkat penggunaan Teknologi Informasi dan komunikasi pada Usaha Kecil Menengah di Kab. Jepara. Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis 9(2):89–104.
- Sudaryanto dan Hanim, Anifatul. 2002. Evaluasi kesiapan UKM Menyongsong Pasar Bebas Asean (AFTA) : Analisis Perspektif dan Tinjauan Teoritis. Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen, Vol 1 No 2, Desember 2002
- Sedyastuti K (2018) Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia 2(1):117–127.  
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v2i1.65>
- Suci YR (2017) Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos 6(1):51–58.
- Tedjasuksmana B (2014) Potret UMKM Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015. Di NCFB ke-7 dan Kolokium Doktoral.
- Wijanarko A & Susila I (2016) Faktor Kunci Keberhasilan UMKM Kreatif. Perubahan Kultur Dan Sinergitas Bisnis. Sidoarjo: FEB Universitas Muhammadiyah Sidoarjo [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)