

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM di Indonesia memiliki perkembangan yang sangat pesat. Peningkatan perkembangan tersebut tentu menjadi nilai atau tolak ukur bahwa keberadaan UMKM di Indonesia sangat memiliki dampak dan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi negara dan kelangsungan kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Menurut Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kementerian KUKM) kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) sudah mencapai 61,07 persen atau Rp 8.573,89 triliun, dan sudah menyerap 97 persen lapangan pekerjaan atau 119,6 juta orang.

Data UMKM 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	-0,70%	1,52%

*Diolah dari berbagai sumber

Gambar 1. 1 Data UMKM 2018-2023

Sumber: KADIN UMKM (2024)

Berdasarkan data tabel di atas dapat dilihat bahwa perkembangan UMKM dari tahun 2018-2023 tahun lalu mengalami peningkatan dari yang sebelumnya pada tahun 2018 di angka 64.19 juta. Tidak lama setelah itu pada tahun 2020 mengalami penurunan terhadap perkembangannya, hal tersebut dikarenakan masuknya pandemi Covid-19 ke Indonesia. Pada saat itu keadaan ekonomi

Indonesia lumpuh dan melambat karena segala aktivitas dibatasi dan adanya himbauan untuk *lockdown*. Keadaan tersebut tentu sangat berpengaruh pada sektor UMKM yang pada akhirnya juga turut merasakan krisis.

Kesulitan tersebut tentu dapat teratasi dengan mengutamakan upaya untuk pemulihan pada sektor UMKM. Pemberdayaan UMKM pada masa krisis tersebut menjadi prioritas nasional bagi negara mengingat besarnya pengaruh dalam menghadapi krisis ekonomi dan pertumbuhan ekonomi pada saat pemulihan dari pandemi Covid-19. Dengan berbagai program pemerintah dan kebijakan pemerintah pada akhirnya pemulihan tersebut membuahkan hasil yaitu naiknya pertumbuhan UMKM sebesar 2.28% di tahun 2021.

Sekarang ini di dalam era digital, UMKM memiliki banyak sekali hambatan seiring dengan perkembangan digital yang berkembang. Di era industri 4.0 ini, digitalisasi menjadi fokus utama pemerintah kepada UMKM untuk masuk ke dalam ekosistem digital. Sebagaimana pada hasil rapat “Hilirisasi Ekonomi Digital” Presiden RI Jokowi Dodo meminta adanya percepatan dalam upaya mendorong UMKM masuk dalam ekosistem digital. Menurut Data Kementerian Koperasi dan UKM bahwa pemerintah menargetkan pada tahun 2024 sudah ada 30 juta UMKM yang masuk ke dalam ekosistem digital. Data Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi juga menunjukkan per Juni 2023 sudah ada sebanyak 22 juta UMKM yang masuk dalam ekosistem digital. Sehingga masih tersisa 8 juta UMKM untuk memenuhi target tahun 2024.

Untuk menghadapi tantangan digitalisasi di industri 4.0, UMKM harus memiliki penguatan dalam hal literasi digital itu sendiri. Hal tersebut disampaikan

juga oleh KADIN Indonesia bahwa literasi digital merupakan salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh UMKM. Tidak hanya itu, Sekretaris Kementerian dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenKopUMKM) mengatakan bahwa literasi digital masih tergolong rendah menjadi tantangan tersendiri dalam transformasi digital UMKM Indonesia. Sehingga adanya kesenjangan digital tersebut, hanya 12 persen dari total jumlah UMKM di Indonesia yang telah mengadopsi teknologi secara efektif.

Oleh karena itu, Bank BRI mengambil langkah untuk mengikuti CSR terkait program Rumah BUMN untuk menjawab fenomena UMKM di Indonesia, seperti menjalankan pelatihan dengan metode yang beragam seperti daring via *zoom meeting*, luring, serta melakukan *roadshow* yang bekerja sama dengan instansi pemerintahan daerah terkait, metode tersebut dilakukan Rumah BUMN agar para UMKM mendapatkan pengetahuan yang cukup serta siap dalam menghadapi era digital ini.

Tentu dalam setiap pelatihan yang dilaksanakan, UMKM akan dibekali dengan narasumber yang ahli dalam bidangnya. Sehingga, sumber informasi yang disediakan tepat sesuai dengan tema yang diangkat setiap bulannya. Pelatihan UMKM sudah berlangsung selama 4 tahun semenjak Rumah BUMN Jakarta berdiri. Adapun tema setiap bulannya untuk materi yang sudah diberikan antara lain mengenai *digital & online*, literasi keuangan, *packaging* UMKM, *branding & packaging* UMKM, *digital marketing*, SDM & kualitas produksi, potensi pasar modern dan global, penentuan target pasar & membangun relasi, peningkatan nilai usaha & pengolahan limbah, *workshop softskill*, dan sertifikasi & legalitas

UMKM. Pada pelaksanaan pelatihan UMKM, Rumah BUMN Jakarta mengundang 15-25 UMKM untuk pelatihan luring, karena keterbatasan tempat di Rumah BUMN Jakarta dan 30-100 UMKM untuk pelatihan daring melalui *Zoom Meeting*. Selain itu, fasilitas yang cukup dan memadai disediakan oleh Rumah BUMN Jakarta, mulai dari akses permodalan yang dalam hal ini khusus di bantu oleh Bank BRI dan juga bantuan dalam mempromosikan produk di instagram *@rbjkt.localmarket* secara gratis untuk UMKM. Hal di atas merupakan cara yang digunakan oleh Bank BRI melalui Rumah BUMN Jakarta dalam menghadapi fenomena terkait UMKM di Indonesia.

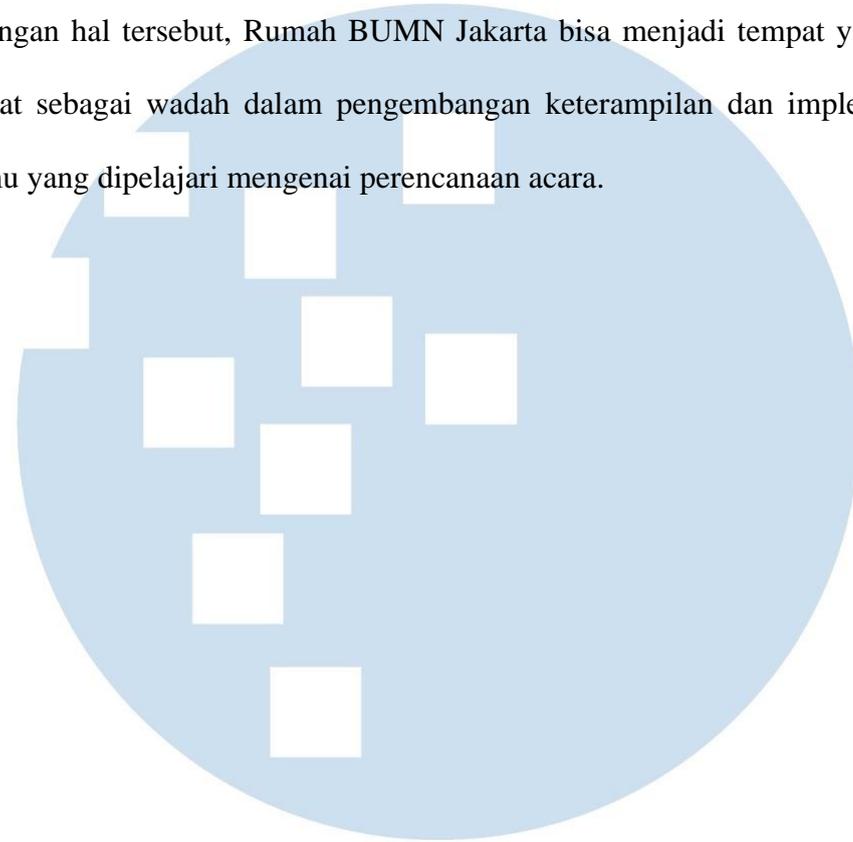
Dalam melakukan magang, pekerja magang memiliki kedudukan di divisi *Event & Partnership*. Adapun deskripsi pekerjaan dalam divisi ini yang sudah dilakukan oleh pekerja magang yaitu melakukan perencanaan dalam penyusunan jadwal di agenda dan tema terhadap pelatihan UMKM yang akan dilaksanakan. Lalu, menghubungi berbagai pihak yang terlibat dalam pelatihan seperti para UMKM yang menjadi peserta dan untuk memesan konsumsi pada pelatihan luring, mitra yang akan menjadi narasumber pelatihan UMKM, serta sponsor yang turut membantu dalam menambahkan modal pada pelatihan yang dilaksanakan secara *roadshow*. Untuk menghubungi berbagai pihak yang terlibat, pekerja magang berkomunikasi menggunakan media *Whatsapp*. Selanjutnya, menyelesaikan administrasi pelatihan UMKM meliputi surat pernyataan, absensi, dan memasukan jadwal ke dalam sistem internal Rumah BUMN Jakarta yaitu CMS dan RBID yang bertanggung jawab secara langsung kepada koordinator.

Selain mengerjakan deskripsi pekerjaan, peran dalam divisi *Event & Partnership* dalam pelatihan UMKM juga sebagai MC pada pelatihan daring maupun luring. Menyiapkan kebutuhan pelatihan UMKM seperti pada pelatihan daring yaitu membuat link zoom, menginformasikan pengumuman ke *Whatsapp Group* UMKM, memastikan kesediaan narasumber (konfirmasi kehadiran dan materi presentasi), dan absensi melalui *google form*. Lalu pada pelatihan luring, pekerja magang mempersiapkan kebutuhan konsumsi, menyiapkan tempat menyesuaikan UMKM yang hadir, menginformasikan pengumuman ke *Whatsapp Group* UMKM, memastikan kesediaan narasumber (konfirmasi kehadiran dan materi presentasi), mengkonfirmasi sponsor jika terlibat, menyediakan absensi dan surat pernyataan.

Berdasarkan data di atas mengenai digitalisasi UMKM, pekerja magang memiliki kekhawatiran dan prihatin terhadap fenomena tersebut. Sehingga, pekerja magang memilih untuk bekerja di Rumah BUMN Jakarta yang merupakan wadah untuk UMKM menghadapi fenomena digitalisasi tersebut. Diharapkan dengan kesamaan misi dengan pekerja magang dapat memberikan dampak yang baik untuk ikut serta dalam mewujudkan UMKM yang terbuka akan digitalisasi.

Rumah BUMN Jakarta dapat menjadi tempat belajar yang baik dikarenakan Rumah BUMN bisa menjadi wadah dalam pengembangan keterampilan teknis dan keterampilan non-teknis yang dimiliki masing-masing individu. Setiap anak magang yang tergabung tidak hanya belajar atau menyelesaikan tugas di divisinya masing-masing tetapi di beri kesempatan dan sangat terbuka untuk bisa mempelajari segala macam hal dari divisi lain. Khususnya dalam hal divisi *Event & Partnership* seperti yang pekerja magang jalani, sangat mempelajari banyak hal

terkait penyusunan perencanaan, eksekusi, dan penyelesaian laporan administrasi. Dengan hal tersebut, Rumah BUMN Jakarta bisa menjadi tempat yang baik dan tepat sebagai wadah dalam pengembangan keterampilan dan implementasi dari ilmu yang dipelajari mengenai perencanaan acara.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas komunikasi pada pusat pelatihan UMKM. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kemampuan dalam menggunakan sistem basis data (CMS) dan Rumah BUMN ID (RBID).
2. Mendapatkan pengalaman dalam menjalankan acara dalam bentuk pelatihan UMKM.
3. Meningkatkan kemampuan kepemimpinan, bekerja sama dengan tim, dan manajemen waktu pada setiap acara pelatihan di Rumah BUMN Jakarta.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada April sampai Agustus 2024 dengan durasi delapan puluh hari kerja atau enam ratus jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.

- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form pada tanggal 28 Mei 2024 yang diberikan oleh pihak Rumah BUMN Jakarta serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di Rumah BUMN Jakarta dengan menerima pesan lolos seleksi melalui surat elektronik resmi lembaga pada tanggal 3 Juni dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 3 Juni yang ditanda tangani oleh Koordinator Rumah BUMN Jakarta Jajang Rohmana.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Event & Partnership* pada divisi *Marketing & Business Specialist*.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Koordinator Rumah BUMN Jakarta Jajang Rohmana selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Ibu Vega Karina Andira Putri selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan daring.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

- #### E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.