

## PERANAN UMKM UMAH JAJE DALAM MENSTABILKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT KELURAHAN PEDUNGAN DENGAN 3PRO (PRODUKSI, PROMOSI, PROTOKOL KESEHATAN)

Ni Putu Widani Astuti<sup>1)</sup>, Ketut Sumantra<sup>2)</sup>, Ni Putu Oppie Yunita Dewi<sup>3)</sup>

<sup>1,3)</sup> Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Mahasaraswati Denpasar

<sup>2)</sup> Fakultas Pertanian Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email : widaniastuti@gmail.com

### ABSTRAK

Pandemi COVID 19 sangat memberikan dampak yang besar di berbagai bidang termasuk dalam bidang ekonomi. Hal ini turut dirasakan oleh masyarakat Banjar Pitik Kelurahan Pedungan sehingga masyarakat banyak yang memutuskan untuk memulai UMKM seperti salah satunya yaitu “Umah Jaje”. Namun, sangat disayangkan UMKM ini belum begitu dikenal oleh masyarakat. Melihat kondisi tersebut, Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar menawarkan solusi untuk membantu UMKM dengan penerapan 3PRO. Adapun yang dimaksud dengan 3PRO yaitu membantu UMKM dalam kegiatan produksinya melalui *survey* terhadap minat masyarakat serta membantu UMKM melakukan promosi baik melalui media sosial maupun secara langsung kepada masyarakat. Sebagai tambahan, UMKM akan dibekali dengan alat protokol kesehatan agar makanan yang diproduksi tetap *hygienis*.

**Kata kunci** : Produksi, Promosi, Protokol kesehatan, UMKM

### ANALISIS SITUASI

Di awal tahun 2020, masyarakat digemparkan oleh virus baru yaitu *coronavirus* jenis baru (SARS-CoV-2) dan penyakitnya disebut *Coronavirus Disease 2019 (COVID 19)*. Diberitakan asal mula virus ini dari Wuhan, China yang ditemukan pada akhir Desember 2019 (PDPI 2020). Penyebaran Virus Corona sangat cepat bahkan sampai lintas negara. Sudah banyak negara yang terkena dampak dari virus ini, salah satunya Indonesia. Adapun dampak dari virus ini sangatlah besar, termasuk salah satunya dalam bidang ekonomi.

Dampak dalam bidang ekonomi tersebut turut dirasakan oleh masyarakat Banjar Pitik Kelurahan Pedungan. Mayoritas

masyarakat Kelurahan Pedungan sebelumnya merupakan pegawai kantor. Dengan adanya wabah pandemi COVID 19 ini, mereka terpaksa harus dirumahkan atau bahkan di PHK sehingga menyebabkan masyarakat mengalami kesulitan ekonomi. Untuk menstabilkan perekonomian, banyak masyarakat yang memutuskan untuk memulai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM) dan Usaha Besar (UB)

umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap (Tambunan 2012). UMKM yang paling banyak terdapat di Banjar Pitik Kelurahan Pedungan merupakan UMKM di bidang kuliner seperti UMKM “Umah Jaje”. UMKM di bidang kuliner dipilih oleh mitra karena dianggap mudah dan paling banyak dicari oleh pembeli. Adapun alasan lain yaitu karena terbatasnya keterampilan yang dimiliki oleh mitra di dalam memproduksi suatu barang seperti pakaian, pajangan, kerajinan tangan, atau barang lainnya sehingga tidak memungkinkan untuk membuka UMKM di bidang tersebut.

Setelah memutuskan untuk memulai UMKM, ternyata mitra masih belum merasakan dampak positifnya. Perekonomian pemilik UMKM masih belum tergolong stabil. Ada beberapa faktor yang menyebabkan hal tersebut terjadi yaitu makanan yang diproduksi kurang memiliki inovasi serta kurangnya promosi oleh mitra. Makanan yang diproduksi oleh mitra kebanyakan merupakan makanan tradisional sehingga kurang diminati oleh masyarakat luas terutama remaja dan anak-anak yang menjadi sasaran target oleh mitra. Promosi yang dilakukan oleh mitra hanya sebatas dari mulut ke mulut sehingga belum banyak yang mengetahui keberadaan UMKM ini. Ketakutan masyarakat terhadap Virus Corona yang mungkin bisa ditularkan saat melakukan transaksi juga merupakan suatu faktor yang membuat mitra belum memiliki banyak pembeli.

## PERUMUSAN MASALAH

1. Kurangnya inovasi terhadap produk yang diproduksi oleh mitra sehingga belum sesuai dengan minat masyarakat sasaran
2. Belum adanya promosi secara luas
3. Belum diterapkannya protokol kesehatan dalam proses produksi dan pengiriman.

## SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Melakukan *survey* secara daring untuk mengetahui minat dari masyarakat sasaran demi pengembangan usaha mitra
2. Melakukan promosi secara langsung dengan membagikan *tester* dari makanan yang diproduksi oleh mitra dan disesuaikan dengan minat masyarakat sasaran serta memberikan edukasi kepada mitra mengenai promosi melalui media social
3. Memberikan bantuan masker, *face shield* serta sarung tangan untuk memasak agar mitra tetap menerapkan protokol kesehatan

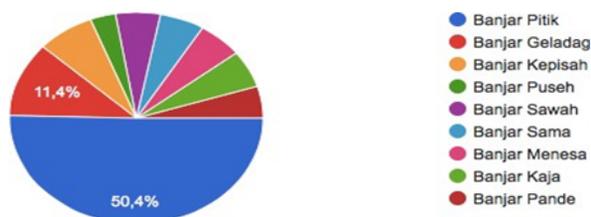
## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini diawali dengan melakukan *survey* dengan kuesioner untuk mengetahui minat masyarakat yang dilakukan secara daring. Setelah *survey* terkumpul, hasil suara terbanyak kemudian dipertimbangkan oleh UMKM untuk dijadikan sebagai menu baru yang

akan diproduksi. Mitra dibekali dengan alat protokol kesehatan untuk menjaga makanan yang diproduksi tetap *hygienis*. Setelah persiapan produksi selesai, mitra dan pelaksana pengabdian masyarakat mencari tempat dan waktu untuk melakukan promosi secara langsung. Selain melakukan promosi secara langsung, mitra juga diedukasi dengan melakukan promosi melalui media sosial.

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

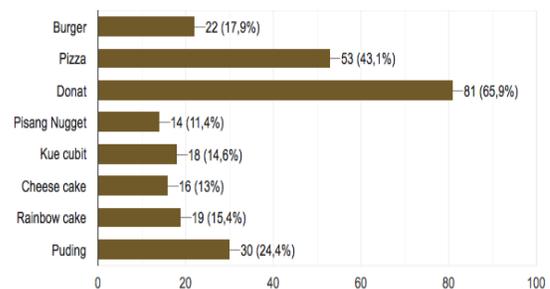
Kegiatan yang pertama dilakukan yaitu melakukan *survey* secara daring dengan membagikan *link google form*. Pada awalnya, *link* hanya dibagikan kepada warga Banjar Pitik Kelurahan Pedungan. Kemudian masyarakat membantu meneruskan kepada warga dari banjar lain yang berada di kawasan Kelurahan Pedungan. Meskipun sudah dibantu oleh masyarakat Banjar Pitik, namun *survey* ini hanya diikuti oleh 123 orang dari 9 banjar yang terdapat di Kelurahan Pedungan.



**Gambar 1.** Jumlah masyarakat yang mengisi survey minat masyarakat.

Dari hasil *survey* didapatkan bahwa masyarakat Kelurahan Pedungan paling banyak menyukai donat. Hasil *survey* ini kemudian dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh mitra dalam

mengembangkan jajanan yang diproduksinya.



**Gambar 2.** Hasil survey minat masyarakat Kelurahan Pedungan



**Gambar 3.** Mendiskusikan bersama mitra mengenai hasil dari *survey* minat masyarakat.

Kegiatan promosi secara langsung kepada masyarakat (*door to door*) dilaksanakan pada tanggal 31 Agustus 2020 di sekitaran Kelurahan Pedungan. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan UMKM “Umah Jaje” kepada masyarakat dan juga untuk memperkenalkan salah satu produk baru yang sesuai dengan hasil survey minat masyarakat yaitu donat dengan UMKM juga membantu mempromosikan melalui media sosial, sehingga UMKM “Umah Jaje” mulai dikenal oleh masyarakat di luar Banjar Pitik dan mendapatkan beberapa pelanggan baru.



**Gambar 4.** Melakukan promosi secara langsung (*door to door*).

Selain promosi secara langsung, mitra juga dibantu untuk melakukan promosi melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Saat ini, mitra belum membuat Facebook maupun Instagram khusus untuk UMKMnya dikarenakan kurangnya tenaga untuk mengurus media sosial tersebut, sehingga mitra hanya melakukan promosi melalui media sosial pribadinya.



**Gambar 5.** Mitra dibantu untuk bisa mempromosikan UMKM melalui media sosial.

Strategi promosi yang dilakukan yaitu dengan memberikan promo berupa diskon dan juga gratis biaya antar area Denpasar. Masyarakat yang berada di sekitar. Tak kalah pentingnya, mitra juga diberikan bantuan berupa alat protokol kesehatan yaitu masker, *face shield* dan sarung tangan untuk memasak. Pemberian bantuan alat protokol

kehatan dimaksudkan agar jajanan yang diproduksi terjaga kebersihannya sehingga mengurangi ketakutan konsumen terhadap virus yang mungkin dapat ditularkan dari pekerja UMKM kepada konsumen melalui perantara jajanan yang diproduksi.



**Gambar 6.** Memberikan bantuan berupa alat protokol kesehatan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Mayoritas masyarakat yang tinggal di Kelurahan Pedungan sebelumnya merupakan pegawai kantor. Dengan adanya wabah pandemi COVID 19 ini, mereka terpaksa harus dirumahkan atau bahkan diPHK sehingga menyebabkan masyarakat mengalami kesulitan ekonomi. Untuk menstabilkan perekonomian, banyak masyarakat yang memutuskan untuk memulai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) salah satunya “Umah Jaje”. Setelah memutuskan untuk memulai UMKM, ternyata mitra masih belum merasakan dampak positifnya. Perekonomian pemilik UMKM masih belum tergolong stabil dikarenakan kurangnya inovasi terhadap produk yang diproduksi oleh

mitra sehingga belum sesuai dengan minat masyarakat sasaran, belum adanya promosi secara luas serta belum diterapkannya protokol kesehatan dalam proses produksi dan pengiriman. Terdapat beberapa kegiatan yang dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dimulai dengan melakukan *survey* secara daring mengenai makanan yang diminati oleh target sasaran. Hasil *survey* menunjukkan bahwa masyarakat paling banyak menyukai donat. Selain itu, dilakukan promosi dengan membagikan donat secara langsung kepada masyarakat (*door to door*) dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Mitra juga diedukasi untuk melakukan promosi melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram.

Sebagai tambahan, mitra diberikan bantuan berupa masker, *face shield* dan sarung tangan untuk memasak agar mitra tetap menerapkan protokol kesehatan ketika memproduksi dan mendistribusikan produknya. Kegiatan ini tidak sepenuhnya berjalan dengan sempurna, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengabdian masyarakat kedepannya yaitu diusahakan untuk menjelaskan secara rinci kepada masyarakat mengenai maksud dan tujuan dari kegiatan yang dilakukan terutama apabila kegiatan yang dilakukan secara daring. Selain itu, tetap melakukan pendampingan kepada mitra agar dapat melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang sudah dilaksanakan.

Tambunan, Tulus. 2012. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. Jakarta: LP3ES

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Perhimpunan Dokter Paru Indonesia. 2020. Panduan Praktik Klinis: Pneumonia 2019-nCoV. Jakarta: PDPI