

STRATEGI BERTAHAN UMKM “WARUNG TELAGA” MELALUI BERBAGAI PROMOSI MENARIK DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SERTA JASA ANTAR DALAM MEMBANTU MENINGKATKAN PEMASARAN DI MASA PANDEMI COVID-19

I Dewa Made Endiana⁽¹⁾, I Gusti Made Kaler Utama⁽²⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: dewaendiana@unmas.ac.id

ABSTRAK

Awal tahun 2020 menjadi sejarah baru turunnya perekonomian hampir diseluruh negara, termasuk di Indonesia yang disebabkan oleh tingginya tingkat penyebaran virus Covid-19 yang melanda dunia saat ini. Kegiatan perekonomian yang paling terdampak akibat pandemi Covid-19 adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), seperti yang dialami oleh UMKM Warung Telaga yang bergerak di sektor kuliner yang menjual aneka makanan dan minuman, UMKM ini berlokasi di Kecamatan Sidemen, Karangasem, Bali. Program kerja yang diajukan pada kegiatan ini yaitu inovasi produk dengan berbagai promo menarik dengan harga yang terjangkau, pembuatan serta pemasangan poster dan banner, pendampingan serta pelatihan dalam membuat akun media sosial sebagai media pemasaran seperti Instagram, Pengenalan program jasa antar (*food delivery*). Program kerja tersebut disusun berdasarkan berbagai permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra, permasalahan yang utama dihadapi yaitu Menurunnya tingkat penjualan karna adanya PSBB, Kurangnya Inovasi Produk dan promo menarik untuk meningkatkan minat masyarakat sekitar, Kurangnya pengetahuan akan media sosial untuk pemasaran produk dan jasa antar. Adapun solusi dari permasalahan tersebut adalah dengan memberikan inovasi produk dengan berbagai promo menarik, membuat poster dan banner yang kreatif, mengenalkan media sosial seperti Instagram sebagai media pendukung dalam pemasaran produk, serta mengenalkan layanan jasa antar (*food delivery*). Metode pelaksanaan yang digunakan adalah metode pendekatan secara langsung dan diskusi bersama mengenai program kerja yang diajukan untuk menangani permasalahan pada usaha mitra UMKM Warung Telaga saat masa pandemi Covid-19.

Kata kunci: UMKM Warung Telaga, Inovasi Produk, Promo Menarik, Pemasaran Media Digital, Fasilitas Jasa Antar

ANALISIS SITUASI

Pada umumnya, Pariwisata merupakan sektor yang sangat penting dalam pendapatan perekonomian Indonesia khususnya di Pulau Dewata Bali, yang menjadi salah satu Pulau wisata yang sering di kunjungi oleh tamu domestic maupun internasional untuk melihat berbagai keindahan

alam, budaya dan tradisinya (Made Rai Kristina, 2020). Tapi tidak disangka, awal tahun 2020 menjadi sejarah baru turunnya perekonomian hampir diseluruh negara, termasuk di Indonesia. hal ini disebabkan oleh tingginya tingkat penyebaran virus Covid-19 yang melanda dunia saat ini. Sehingga pada akhirnya

pemerintahpun melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk membatasi kegiatan masyarakat sebagai upaya pencegahan penyebaran virus ini. Hal ini pun sangat berdampak terhadap sektor kehidupan yaitu usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), salah satunya berdampak pada sektor kuliner yang mengakibatkan para pelaku (UMKM) gulung tikar karena di akibatkan oleh penurunan daya beli masyarakat serta di diterapkannya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM).

Kegiatan perekonomian yang paling terdampak akibat kejadian bencana pandemi Covid-19 adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), yang memiliki keterbatasan dalam berbagai faktor, mulai dari kapasitas permodalan hingga kemampuan sumber daya manusia yang terbatas, sehingga memerlukan strategi yang tepat untuk dapat mempercepat proses pemulihan yang ditujukan terutama untuk membangun kapasitas sumber daya manusia pelaku usaha yang unggul dan berdaya saing. Dampak pandemi COVID-19 kepada UMKM dapat dilihat dari sisi penawaran dan sisi permintaan. Dari penawaran, pandemi Covid-19 menyebabkan banyak UMKM mengalami kekurangan tenaga kerja karena alasan menjaga kesehatan pekerja dan adanya pemberlakuan pembatasan sosial (social distancing). Hal ini menjadi salah satu tantangan terbesar bagi pelaku UMKM di Indonesia dan Bali pada khususnya untuk terus mampu bertahan dalam

membantu pemulihan perekonomian baik dalam skala mikro maupun makro (Sari & Ayu Eka, 2020)

Dampak pandemi juga dirasakan oleh salah satu pelaku (UMKM) sektor kuliner Warung Telaga. Warung telaga merupakan salah satu sektor kuliner yang berlokasi di Sidemen, Karangasem, Bali. Warung telaga menjual aneka makanan dan minuman serta memanjakan konsumen dengan pemandangan sawah yang berada tepat di samping Warung Telaga. Warung Telaga sudah berdiri lebih dari 6 tahun namun tetap mempertahankan cita rasa dan kualitas sehingga tidak heran banyaknya wisatawan domestik maupun internasional berdatangan setiap harinya. Namun Sejak adanya pandemi covid-19 serta di berlakukannya (PSBB) dan (PPKM), omset dari Warung Telaga turun drastis hingga 80%. sehingga stok makanan dan minuman dikurangi karena warung tidak seramai dulu lagi.

Dengan adanya (PPKM) warung telaga semakin sepi pembeli. Sehingga menyebabkan bahan-bahan makanan seperti sayur-sayuran, cabai rawit, buah-buahan dan lainnya terbuang karena tidak adanya konsumen. Hal ini juga disebabkan karena kurangnya inovasi produk dan promo menarik untuk meningkatkan minat masyarakat sekitar. Kemudian karena kurangnya pengetahuan akan media sosial untuk membantu dalam pemasaran produk.

Dalam masa pandemi covid-19 yang tidak ada kepastian kapan akan

berakhir maka pelaku (UMKM) harus dapat mengelola bisnisnya dan mengikuti perkembangan teknologi sehingga pelaku (UMKM) dapat lebih berinovasi dan mengembangkan usahanya serta selalu mendapatkan ide untuk meningkatkan usahanya agar dapat bertahan di masa pandemi covid-19 seperti saat ini.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Observasi dan hasil wawancara dengan Ibu Ayu, selaku pemilik UMKM, sehingga ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM Warung Telaga pada saat pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut :

- 1) Menurunnya tingkat penjualan karna adanya PSBB, yang mengakibatkan penerbangan di tutup sehingga membuat wisatawan tidak bisa berkunjung ke bali.
- 2) Kurangnya Inovasi Produk dan promo menarik untuk meningkatkan minat masyarakat sekitar.
- 3) Kurangnya pengetahuan akan media sosial untuk pemasaran produk dan jasa antar.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dengan mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh UMKM “Warung Telaga” selama masa pandemi covid-19, maka solusi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan ide untuk menciptakan menu baru, seperti membuat menu

makanan yang belum ada di daerah sekitarnya, dengan harga yang terjangkau.

- 2) Membuat Banner dan beberapa poster promo menarik seperti gratis Es Teh jika makan di tempat dan tersedianya fasilitas Free Wifi pada UMKM “Warung Telaga”
- 3) Membantu mitra membuat akun media sosial seperti Instagram untuk memasarkan produknya, sehingga konsumen dapat memesan atau melihat produk yang tersedia melalui media sosial. Serta memberikan simulasi dan pelatihan mengenai cara pengoperasian media sosial tersebut.
- 4) Membantu mitra dalam memberikan ide untuk meningkatkan fasilitas pemasaran produknya yaitu dengan adanya jasa antar, sehingga dapat mempermudah konsumen untuk membeli tanpa harus keluar rumah.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan program kerja strategi bertahan UMKM “Warung Telaga” melalui berbagai promosi menarik dan pemanfaatan media sosial serta jasa antar dalam membantu meningkatkan pemasaran di masa pandemi covid-19, yaitu :

1. Meminta Persetujuan Mitra
 - 1) Meminta persetujuan mitra untuk mengobservasi dan

- menganalisis permasalahan yang ada di wilayah tempat usaha
- 2) Meminta persetujuan mitra untuk mengadakan program kerja di wilayah tempat usaha selama beberapa minggu ke depan
 - 3) Meminta persetujuan mitra untuk mendokumentasikan segala kegiatan selama proses realisasi program kerja berlangsung.
2. Persiapan Pelaksanaan
- 1) Menyiapkan beberapa ide kreatif untuk di diskusikan dengan mitra mengenai produk baru dengan promosi yang menarik yang belum ada di warung-warung wilayah tersebut.
 - 2) Mempersiapkan segala perlengkapan yang dibutuhkan untuk membuat desain poster dan banner, seperti : Laptop sebagai alat desain, isolasi untuk menempel beberapa poster promo, kayu sebagai tempat menempel banner.
 - 3) Mempersiapkan materi mengenai pengenalan dan penerapan media digital sebagai tempat untuk memperluas jangkauan promosi.
 - 4) Mempersiapkan materi mengenai pengenalan dan penerapan program fasilitas jasa antar.
3. Pelaksanaan
- 1) Mendiskusikan dengan mitra mengenai ide kreatif untuk menginovasi produk dan beberapa promo menarik untuk menarik minat masyarakat sekitar.
 - 2) Membuatkan mitra beberapa poster dan banner yang akan di tempel di area warung telaga untuk memudahkan dalam memberikan informasi kepada masyarakat.
 - 3) Melakukan pendampingan dan pelatihan mengenai cara membuat akun media sosial serta cara mengoperasikannya.
 - 4) Menjelaskan secara detail tentang cara mengoperasikan program fasilitas jasa antar.
4. Evaluasi Program Kerja dan Akhir Pelaksanaan
- 1) Mengevaluasi kembali terkait permasalahan dan kendala selama program kerja berlangsung bersama mitra
 - 2) Dokumentasi bersama pemilik serta pegawai sebagai tanda berakhirnya KKN alternative

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bersama dengan mitra sasaran yaitu UMKM Warung Telaga selesai, ada beberapa target dari program yang tercapai, diantaranya yaitu yang pertama semakin meluasnya jangkauan pemasaran usaha UMKM Warung Telaga sebagai hasil dari terlaksananya program pembuatan *Instagram*, yang dilihat dari berjalannya fasilitas jasa antar yang telah diterapkan, dimana

kebanyakan orang yang memanfaatkan fasilitas jasa antar (*food delivery*) ini mengkonfirmasi pesanannya melalui media sosial yaitu *Instagram*. Dan yang kedua dengan adanya poster dan banner yang dipasang di area UMKM Warung Telaga yang bertujuan memudahkan masyarakat untuk mengetahui produk baru serta promo dan fasilitas yang tersedia, hasil kegiatan ini bisa dilihat dari mulai adanya pelanggan yang tertarik untuk mencoba menu baru serta berbagai promo yang tersedia karena melihat banner yang sudah dipasang di area UMKM Warung Telaga. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini ada beberapa faktor yang mendukung dalam ketercapaian programnya, diantaranya yaitu pemilik UMKM Warung Telaga atas nama Ibu Ayu yang sangat mendukung terlaksananya kegiatan ini serta semangat dan gigihnya karyawan dalam proses dan penerapan penggunaan media sosial dalam pemasaran produk karena sebelumnya mitra usaha beserta karyawannya tidak pernah menggunakan media sosial untuk pemasaran produk menjadi lebih sering memosting foto produknya untuk dipasarkan di media sosial yaitu *Instagram*, terlebih dengan tersedianya fasilitas yang memadai dalam proses penggunaan media sosial sebagai tempat pemasaran, seperti wifi, sehingga memudahkan dalam proses pemasaran dan penjualan produk melalui media sosial dan juga lokasi warung yang strategis dan memiliki pemandangan yang menarik minat

wisatawan dan masyarakat dengan area pemandangan persawahan yang indah, selain itu faktor pendukung atas keberhasilan kegiatan ini tidak lepas dari dukungan dosen pembimbing yang ditandai dengan diadakannya rapat daring sebelum kegiatan, saat kegiatan, dan berakhirnya kegiatan. Selain itu dosen pembimbing juga memperbolehkan peserta pelaksana untuk berdiskusi melalui media *Whatsapp* sehingga ketika ada kendala, mampu untuk dicarikan solusinya dan pada akhirnya program kegiatan dapat tercapai dengan optimal. Namun disamping faktor pendukung kegiatan, ada juga beberapa faktor penghambat tercapainya pelaksanaan program kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu kurangnya manajemen waktu dalam pelaksanaan kegiatan, sehingga pendampingan dan pelatihan yang dilakukan hanya terlaksana beberapa kali serta terkait dengan adanya pandemi covid-19, sehingga dalam pelaksanaan kegiatan masih terhambat karena adanya PPKM mengakibatkan terbatasnya waktu operasional UMKM Warung Telaga yang mengakibatkan tidak optimalnya ketercapaian target penjualan yang diinginkan karena keterbatasan waktu operasional UMKM Warung Telaga di tengah masa pandemic covid-19 ini.

Gambar 1. Dokumentasi saat melakukan observasi dan wawancara bersama Ibu Ayu selaku pemilik UMKM Warung Telaga.



Gambar 2. Dokumentasi saat melakukan diskusi mengenai inovasi produk baru dan promo yang akan diterapkan untuk kedepannya.



Gambar 3. Dokumentasi saat melakukan pembuatan desain serta pemasangan poster promo dan banner di area UMKM Warung Telaga agar memudahkan masyarakat untuk mengetahui bahwa ada inovasi menu baru dengan harga yang terjangkau dan adanya promo dan fasilitas yang dapat memanjakan pengunjung.



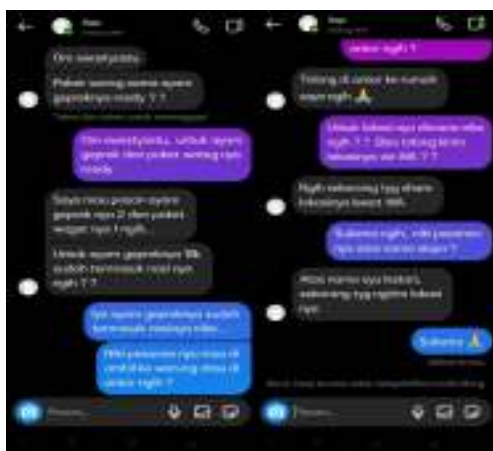
Gambar 4. Dokumentasi saat pendampingan serta pelatihan dalam pembuatan akun Instagram, cara mengoperasikannya, serta cara mengkonfirmasi pesanan melalui media sosial yang ingin menggunakan fasilitas jasa antar (*food delivery*).





Gambar 5. Dokumentasi adanya pemesanan lewat media sosial (Instagram) dan terlaksananya fasilitas jasa antar (*food delivery*)

bersama dengan pemilik UMKM Warung Telaga.



KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Strategi Bertahan UMKM Warung Telaga Melalui Berbagai Promosi Menarik dan Pemanfaatan Media Sosial Serta Jasa Antar Dalam Membantu Meningkatkan Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-19” telah terlaksana dengan optimal sesuai dengan rencana. Inovasi produk baru dengan harga yang terjangkau dan berbagai promo serta fasilitas yang dapat memanjakan para konsumen sudah terlaksana dengan baik, hal ini dapat dilihat dari masyarakat sekitar yang sudah mulai berdatangan karena tertarik setelah melihat banner yang telah di pasang di area depan UMKM Warung Telaga. Begitupun dengan pemasaran melalui media sosial (Instagram), karyawan serta Ibu Ayu selaku pemilik usaha UMKM Warung Telaga sudah mampu cara membuat serta mengoperasikannya, hal ini dapat dilihat dari terlaksananya program jasa antar yang telah dipesan konsumen melalui Instagram.



Gambar 6. Dokumentasi akhir kegiatan pengabdian masyarakat

Degan ketercapaian kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi usaha mitra untuk mengoptimalkan target yang ingin di capai serta sangat diharapkan partisipasi jangka panjang dari mitra sasaran “UMKM Warung Telaga” untuk tetap melanjutkan program yang sudah diberikan sebagai upaya dari penanggulangan dampak turunnya perekonomian akibat dari pandemi covid-19 saat ini.

(UMK) Kuliner Menghadapi Pandemi Covid-19 di Jakarta. Jurnal Volume 4, No. 6, November 2021

DAFTAR PUSTAKA

- Astrid Krisdayanthi (2020). New Normal Pariwisata Bali di Masa Pandemi Pada Daerah Tujuan Wisata Tanah Lot, Kabup-aten Tabanan. Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya, EISSN 2614-5340
- Ni Made Rai Kristina (2020), Pemulihan Ekonomi Pariwisata Bali di Era New Normal. Jurnal Volume, 1 No. 2, Oktober 2020.
- Ni Ketut Sari Adnyani, Dewa Ayu Eka Agustini (2020), Digitalisasi Sebagai Pemulihan Perekonomian Di Sektor Kerajinan Dalam Mendukung Kebangkitan UMKM di Provinsi Bali. Jurnal Volume 1, No. 2, November 2020.
- Arlita Aristianingsih Jufra (2020), Studi Pemulihan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kuliner Pasca Pandemi (Covid-19) Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Sulawesi Tenggara. Jurnal Vomune 9, No. 2, Agustus 2020.
- Dewi Ayu Kusumaningrum (2021), Strategi Usaha Mikro Kecil