

PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMASARAN PRODUK PADA UD. BERINGIN INDAH PASCA PANDEMI COVID-19 DI DESA TENGKULAK KAJA, KEMENUH

**Kadek Indah Kusuma Dewi^{1,*}, I Gusti Ngurah Agung Eka Teja Kusuma², I Dewa
Arik Permana Putra³, I Wayan Gede Aldi Wiguna⁴**

^{1,2,3,4} Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: indahkusumadewi@unmas.ac.id

ABSTRAK

UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia sangat terdampak, tidak hanya dari sisi produksi dan pendapatan, tetapi juga dari sisi jumlah pekerja yang harus di-PHK akibat pandemi. (Jufra, 2020). Salah satu UMKM yang terdampak covid-19 yakni UD. Beringin Indah. UD Beringin Indah merupakan salah satu UMKM yang bergerak di sektor perdagangan usaha Distributor Elpiji dan Galon. UMKM ini beralamat di Jl. Pasung Grogis IV No.2, Br Tengkulak Kaja Kangin, Kemenuh, Sukawati, Gianyar, Bali. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2012 dan saat ini sudah memasuki tahun ke-10.1. Melakukan Observasi Pada Pemilik Usaha Mitra a. Meminta persetujuan pemilik usaha mitra untuk mengobservasi dan menganalisis permasalahan yang ada pada tempat usaha mitra 2. Mempersiapkan Pelaksanaan a. Mempersiapkan materi mengenai pengenalan dan penerapan media digital seperti Instagram dan whatsapp. Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bersama dengan mitra sasaran yaitu UMKM UD. Beringin Indah selesai, ada beberapa target dari program yang tercapai, diantaranya yaitu: 1. Meluasnya wilayah jangkauan pemasaran usaha UD. Beringin Indah sebagai hasil dari terlaksananya program pembuatan Instagram dan whatsapp ditandai dengan adanya beberapa pelanggan yang memesan kopi melalui Direct Message, instagram dan WhatsApp. Pengabdian masyarakat dengan judul “Peningkatan Kemampuan Pemasaran Produk dan Pembukuan Pada UD. Beringin Indah pasca Pandemi Covid-19 di Br. Tengkulak Kaja Kangin” telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan rencana. Pemasaran melalui media digital seperti Instagram dan Whatsapp sudah terlaksana seluruhnya ditandai dengan adanya pelanggan baru yang melirik tempat usaha ini.

Kata kunci: Covid-19, UMKM, UD. Beringin Indah

ANALISIS SITUASI

Serangan wabah covid-19 pada saat ini terjadi hampir di mana-mana di dunia, termasuk Indonesia, dan telah memberikan pengaruh yang merugikan bagi banyak perusahaan, khususnya bisnis UMKM. UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh perorangan atau pelaku usaha tanpa intervensi dari

lembaga lain, dan apabila pelaku usaha tersebut bukan merupakan bagian dari anak perusahaan atau anak perusahaan yang sudah dimiliki, atau menjadi bagian langsung dari perusahaan kecil atau besar. (Pratiwi, 2020). Di Indonesia, UMKM adalah kelompok usaha yang berjumlah paling banyak dan tahan menghadapi macam-macam krisis ekonomi. UMKM mempunyai

karakteristik ciri pembeda pelaku usaha berdasar skala usahanya, yang melekat pada aktifitas usaha ataupun perilaku pengusahanya dalam menjalankan bisnisnya (Alifiana & Nanik, 2018). Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi (Sarmigi, 2020). Pembatasan aktivitas masyarakat sebagai upaya penanganan pandemi covid-19 telah menimbulkan kerugian ekonomi yang signifikan secara nasional (Jufra, 2020). terjadi hampir di mana-mana. Dampak merugikan dari wabah covid-19 telah berdampak pada pertumbuhan bisnis UMKM, dengan physical distancing menghalangi pergerakan bisnis UMKM yang membutuhkan showroom atau iklan (Muhammad, Budi, & Ari, 2020). UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia sangat terdampak, tidak hanya dari sisi produksi dan pendapatan, tetapi juga dari sisi jumlah pekerja yang harus di-PHK akibat pandemi. (Jufra, 2020).

Salah satu UMKM yang terdampak covid-19 yakni UD. Beringin Indah. UD Beringin Indah merupakan salah satu UMKM yang bergerak di sektor perdagangan usaha Distributor Elpiji dan Galon. UMKM ini beralamat di Jl. Pasung Grogis IV No.2, Br Tengkulak Kaja Kangin, Kemenuh, Sukawati, Gianyar, Bali. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2012 dan saat ini sudah memasuki tahun ke-10. Banyak pemilik usaha memilih untuk menghentikan usahanya sementara, tetapi tidak untuk usaha UD. Beringin Indah yang

berlokasi di Desa Tengkulak Kaja, Kemenuh milik seorang pria wirausahawan lebih memilih untuk tetap bertahan dan terus berusaha meningkatkan penjualan dan produksinya, walau tidak dapat dipungkiri bahwa pasca pandemi covid-19 sebelumnya memberikan memberikan tekanan yang luar biasa pada usaha informal ini. Hal ini disebabkan oleh mobilitas masyarakat yang rendah karena pemberlakuan PPKM dan daya beli masyarakat menjadi turun sehingga UMKM UD. Beringin Indah mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan dan mempengaruhi jumlah pendapatan yang diterima. Biasanya disaat situasi normal sebelum pandemi untuk permintaan barangnya sangat banyak di area villa dan Toko daerah Ubud Tetapi pada saat pandemi covid-19 melanda, banyak villa dan toko langganan dari UD. Beringin Indah yang tutup karena tidak ada wisatawan. Dengan melihat kondisi tersebut, pengamat membantu UMKM lewat program pengabdian masyarakat ini. Di lihat dari pembahasan tersebut, maka dari itu saya tertarik untuk membantu dalam meningkatkan kemampuan pemasaran produk menjadi lebih luas agar peningkatan pendapatan pasca berakhirnya pandemi covid-19 ini bisa naik lagi.

Berdasarkan analisis situasi dengan observasi langsung serta wawancara, maka pelaksanaan program pengabdian masyarakat saya lakukan di UMKM UD. Beringin Indah dengan harapan mampu meningkatkan penjualan dari usaha ini pasca berakhirnya pandemi Covid-19.

RUMUSAN MASALAH

Pasca berakhirnya Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup signifikan bagi usaha distributor UD. Beringin Indah. Salah satu permasalahan utama yang sedang dihadapi yaitu menurunnya pendapatan karena berkurangnya permintaan Gas elpiji maupun galon di UD. Beringin Indah. Menurut informasi dari pemilik, biasanya permintaan barang ini adalah toko dan villa di daerah Ubud. dikarenakan strategi awal dari pemasaran hanya berfokus di daerah Ubud. Namun, disaat pandemi terjadi sumber pemasukan beliau menjadi berkurang dan saat ini hanya masyarakat terdekat saja yang membelinya. Beliau mengatakan bahwa pemasaran yang dilakukan masih kurang apalagi di jaman yang sudah modern ini, sementara beliau pun kurang mengerti dengan teknologi. Jadi, saya simpulkan bahwa usaha UD. Beringin Indah mengalami kendala utama yaitu kurang optimalnya pemasaran dalam penjualannya.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Terkait dengan adanya permasalahan kurang optimalnya pemasaran dalam penjualan UD. Beringin Indah, saya menawarkan solusi bertahap yaitu yang pertama memberi pengenalan mengenai apa saja media digital yang dapat mendukung pemasaran penjualan seperti Instagram dan Watsapp serta penerapannya. Selanjutnya, berdiskusi dengan pengelola untuk membuat suatu logo usaha. Tetapi pada UD. Beringin Indah

sudah terdapat logo pada pengemasan produknya.

Seperti yang diketahui, logo sangat penting untuk menggambarkan identitas usaha. Logo adalah pintu masuk yang mencerminkan sebuah brand yang dapat membangun loyalitas pelanggan. Selanjutnya logo ini diberikan kepada pelanggan pada saat pengiriman beserta dengan informasi-informasi penting usaha contohnya kontak yang bisa dihubungi untuk pemesanan. Harapan dari program ini yaitu dapat meningkatkan penjualan tidak hanya di lingkungan tempat usaha namun di daerah-daerah lainnya juga, dengan kata lain memperluas jangkauan wilayah penjualan dari UD. Beringin Indah.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bersama dengan mitra sasaran yaitu UMKM UD. Beringin Indah selesai, ada beberapa target dari program yang tercapai, diantaranya yaitu:

1. Meluasnya wilayah jangkauan pemasaran usaha UD. Beringin Indah sebagai hasil dari terlaksananya program pembuatan *Instagram* dan *whatsapp* ditandai dengan adanya beberapa pelanggan yang memesan elpiji dan galon melalui *Direct Message, instagram* dan *whatsapp*.
2. Lebih nyamannya para pelanggan karena lebih efisien dalam menggunakan waktu dan kuota

saat kehabisan stok Gas elpiji dan galon.



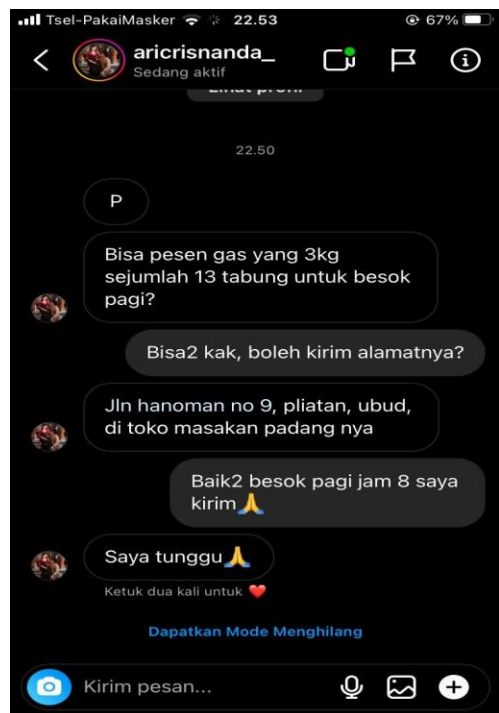
Gambar 1. Dokumentasi saat bersama pemilik UD. Beringin Indah



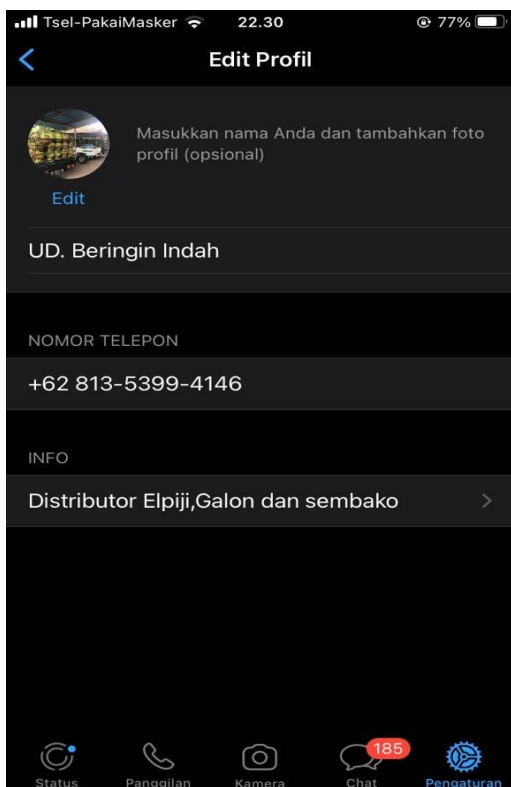
Gambar 3. Pemberian akun media sosial instagram dan whatsapp UD. Beringin Indah



Gambar 2. Gudang tempat usaha UD. Beringin Indah



Gambar 4. Screanshoot chat dari pelanggan melalui whatsapp dan instagram.



Gambar 5. Akun WhatsApp UD. Beringin indah



Gambar 6. Akun Instagram UD. Beringin Indah



Gambar 7. Simulasi cara penurunan barang ke pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian masyarakat dengan judul “Peningkatan Kemampuan Pemasaran Produk dan Pembukuan Pada UD. Beringin Indah pasca Pandemi Covid-19 di Br. Tengkulak Kaja Kangn” telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan rencana. Pemasaran melalui media digital seperti Instagram dan Whatsapp sudah terlaksana seluruhnya ditandai dengan adanya pelanggan baru yang melirik tempat usaha ini.

Dengan selesainya kegiatan ini diharapkan partisipasi jangka panjang dari mitra sasaran “UD. Beringin Indah” untuk melanjutkan program yang sudah diberikan. Sangat diharapkan kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi usaha mitra untuk mengaktifkan dan memaksimalkan target yang diharapkan dari program. Dan juga sebaiknya mitra sasaran tetap melanjutkan solusi yang telah diberikan sebagai upaya dari

penanggulangan dampak penurunan ekonomi pasca pandemi covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

Alifiana, A. M., & Nanik, S. (2018). ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMETAAN UMKM BERDASAR POTENSI RISIKO BERBASIS GIS. *Prosiding*, 142), 289-294.

Jufra, A. A. (2020). STUDI PEMULIHAN DAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF SUB-SEKTOR KULINER PASCA PANDEMI (COVID-19) DALAM MENUNJANG PERTUMBUHAN EKONOMI Di PROVINSI SULAWESI TENGGARA. *Ekonomi dan Manajemen*, X2), 116-131.

Muhammad, J., Budi, L., & Ari, S. (2020, july). Strategi UKM pada masa pandemi covid-19. *neolectura*, 67-74.

Sarmigi, E. (2020). ANALISIS PENGARUH COVID-19 TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN KERINCI. *Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10), 1-17.

Pratiwi, M. I. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM. *Jurnal Ners*, 4(2).