

PEMBERDAYAAN UMKM PENGRAJIN TOPENG DEWA SUDA DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI DESA KENDERAN, TEGALLALANG GIANYAR

Desak Made Widya Krisna Putri¹⁾ Ni Nyoman Ayu Suryandari²⁾,
I Made Sukerta³⁾

^{1,2)} Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

³⁾ Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: ayusuryandari@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 di Indonesia pertama kali di deteksi pada 2 Maret 2020. Banyak sektor yang terdampak akibat pandemi ini, salah satunya adalah sektor pariwisata. Berkurangnya wisatawan yang datang ke Indonesia mengakibatkan turunnya perekonomian di sektor pariwisata khususnya Bali, karena sebagian besar penduduk Bali mata pencahariannya bergerak di sektor pariwisata. I Dewa Putu Suda Wijaya adalah salah satu pekerja pariwisata yang terkena dampak pandemi, sehingga ia memutar otak untuk dapat melanjutkan hidupnya dengan membuka usaha pengrajin topeng bali. Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Kenderan, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar. Masyarakat yang menjadi sasaran yaitu UMKM pengrajin topeng Dewa Suda. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu belum memiliki nama dan logo usaha, belum paham mengenai pentingnya media sosial sebagai media promosi *online* dan belum menerapkan pembukuan. Melihat kondisi tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat hadir untuk membantu UMKM dengan memberikan penyuluhan dan pelatihan terkait permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Adapun tujuan dari dilaksanakannya kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya nama dan logo usaha, promosi melalui media sosial dan pentingnya pembukuan pada sebuah usaha.

Kata Kunci : Nama, Logo, Media Sosial, Pembukuan

ANALISIS SITUASI

Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organization*) telah menetapkan status gawat darurat global untuk pandemi Covid-19 (Rosita, 2020). Indonesia telah membuat aturan kebijakan pembatasan untuk bepergian ke dan dari negara-negara yang masuk dalam zona merah penularan selama pandemi Covid-19 dengan tujuan untuk memutus mata rantai penularan Covid-19, langkah ini mengikuti kebijakan yang telah lebih dulu dilaksanakan oleh beberapa negara (Nasution *et al.*, 2020). Pandemi Covid-19 sangat berdampak bagi semua sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata.

Dampak Covid-19 pada sektor pariwisata juga tidak luput dari ancaman. Pandemi Covid-19 mengakibatkan wisatawan yang datang ke Indonesia menjadi merosot. Banyak pekerja pariwisata yang memutar otak agar bisa menghasilkan uang untuk melanjutkan hidupnya. Contohnya dengan membuka usaha kecil atau disebut

dengan UMKM. Namun, dengan lesunya sektor pariwisata memiliki efek domino terhadap sektor UMKM. Dampak penurunan pariwisata terhadap UMKM yang bergerak dalam usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27%. (Bahtiar dan Saragih, 2020).

I Dewa Putu Suda Wijaya adalah salah satu pekerja pariwisata yang terkena dampak dari pandemi Covid-19 ini. Untuk bisa bertahan hidup setelah tidak lagi bekerja sebagai *staff cook* di salah satu villa di Gianyar, kemudian banting setir menjadi pengrajin topeng di rumahnya yang berlokasi di Br. Tengah Triwangsa, Desa Kenderan, Tegallalang Gianyar. Topeng yang dibuat oleh Dewa Suda beragam jenis nya, mulai dari Barong, Rangda dan tapel Topeng Keras, Topeng Tua, Topeng Sidakarya, Penasar hingga Wijil. Dewa Suda mulai membuat topeng sejak bulan Maret 2021 lalu bersama dengan ayah dan adiknya. Sejak saat itu sudah ada 11 topeng yang berhasil dibuat. Sejauh ini pemasaran topeng yang dibuat oleh Dewa Suda masih disekitar wilayah Bali, termasuk ke Tabanan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dengan pemilik UMKM pengrajin topeng Dewa Suda ditemukan permasalahan dimana sampai saat ini pelaku UMKM belum memiliki nama dan logo usaha, dimana nama dan logo usaha sangat berperan penting bagi sebuah usaha karena dengan memiliki nama dan logo usaha akan membuat produk menjadi lebih unik, menarik dan tentunya lebih mudah dikenal di masyarakat. Selain itu pelaku UMKM pengrajin topeng Dewa Suda belum paham akan peran media sosial yang dapat membantu pemasaran di era modern saat ini. Dari pernyataan Dewa Suda jangkauan pasar produknya masih sekitaran Bali saja, sehingga dengan demikian media sosial sangat diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar produknya. Melalui media sosial pelaku UMKM akan lebih mudah berkomunikasi melalui media sosial mengenai harga produk serta distribusi yang dilakukan. Pengrajin topeng Dewa Suda juga tidak memiliki sistem pembukuan, sehingga tidak diketahui berapa biaya yang dikeluarkan untuk membuat topeng dan berapa laba atau rugi yang ia peroleh. Dengan adanya hal tersebut membuktikan bahwa pelaku UMKM masih belum memahami akan pentingnya pencatatan mengenai laporan keuangan sehingga perlu pendampingan akan hal tersebut..

PERUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM pengrajin topeng Dewa Suda adalah belum memiliki nama dan logo usahanya, dimana nama dan logo usaha sangat penting agar mudah dikenal oleh masyarakat luas. Masalah kedua yang ditemukan adalah pelaku UMKM belum paham akan pentingnya media sosial sebagai media promosi *online* sebagai upaya dalam memperluas jangkauan pasar di masa seperti ini. Masalah yang terakhir adalah pelaku UMKM belum menerapkan sistem pembukuan sederhana pada usahanya dimana pembukuan berperan penting guna mengontrol pemasukan atau pengeluaran sebuah usaha.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Memberikan pengarahan mengenai ide nama dan logo usaha yang unik dan kreatif agar menarik minat pembeli dan mudah dikenal oleh masyarakat.
2. Melakukan pengarahan kepada UMKM tentang cara memasarkan produk yang lebih melalui media sosial seperti *Instagram* atau *Facebook*.
3. Melakukan pengarahan terkait pembuatan pembukuan (laporan keuangan) sederhana kepada pelaku UMKM dengan menggunakan aplikasi Buku Kas yang bisa di download di *Play Store* atau *App Store*.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini terbagi menjadi beberapa metode pelaksanaan program kerja mulai dari melakukan penyampaian program, pelatihan, pendampingan hingga evaluasi akhir dari berjalannya program kerja, yaitu :

1. Metode Penyuluhan

Metode penyuluhan merupakan metode yang digunakan untuk memberikan penyuluhan kepada masyarakat sasaran akan pentingnya nama dan logo usaha, pentingnya media sosial sebagai media promosi *online* dan pentingnya sebuah pembukuan dalam suatu usaha.

2. Metode Praktik

Setelah memahami manfaat dari nama dan logo usaha, media sosial sebagai media promosi *online* dan pentingnya sebuah pembukuan dalam suatu usaha. Langkah selanjutnya yang diambil adalah :

1. Membantu mitra dalam membuat nama dan logo usaha agar mudah dikenal oleh masyarakat
2. Membantu mitra membuat akun media sosial dan memberikan pelatihan mengenai cara promosi melalui media sosial
3. Memberikan pelatihan mengenai pembukuan sederhana menggunakan aplikasi Buku Kas

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Kenderan, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar pada UMKM pengrajin topeng Dewa Suda pada tanggal 7 Agustus 2021 sampai dengan 4 September 2021. Upaya pemberdayaan UMKM pengrajin Dewa Suda dalam menghadapi pandemi Covid-19 ini berhasil dilakukan dengan program kerja, yaitu penyuluhan yang diberikan kepada mitra akan pentingnya nama dan logo usaha, pentingnya media sosial sebagai media promosi *online* untuk memperluas jangkauan pasar dan pentingnya sebuah pembukuan dalam suatu usaha.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan telah berhasil meningkatkan pemahaman mitra melalui penyuluhan dan pendampingan dari tim pengabdian mengenai pentingnya nama dan logo usaha, media sosial sebagai media

promosi online dimasa saat ini untuk memperluas jangkauan pasar dan pentingnya sebuah pembukuan dalam suatu usaha.

Dalam proses pelaksanaan program penyuluhan, digunakan kuesioner sebagai tolak ukur keberhasilan program. Adapun rekapitulasi hasil kuesioner UMKM pengrajin topeng Dewa Suda sebagai berikut :

Tabel 1.
Rekapitulasi Kuesioner Pemberdayaan UMKM Pengrajin Topeng Dewa Suda

No.	Soal Kuesioner	Responden	Persentase Jawaban Benar		Hasil Perbandingan
			Sebelum	Sesudah	
1.	Apakah anda mengetahui penting nya nama dan logo dalam sebuah usaha?	5	20%	100%	+80%
2.	Apakah anda mengetahui bahwa nama dan logo usaha dapat meningkatkan pemasaran?	5	20%	100%	+80%
3.	Apakah anda mengetahui bahwa membuat nama dan logo usaha bias dilakukan sendiri di rumah?	5	20%	100%	+80%
4.	Apakah anda mengetahui apa itu media social?	5	80%	100%	+20%
5.	Apakah anda mengetahui bahwa media social dapat digunakan sebagai media pemasaran online?	5	40%	100%	+60%
6.	Apakah anda mengetahui penting nya media pemasaran online di saat ini?	5	40%	100%	+60%
7.	Apakah anda mengetahui hal penting apa saja yang harus dilakukan dalam pemasaran online?	5	40%	100%	+60%
8.	Apakah anda mengetahui apa itu laporan keuangan?	5	20%	100%	+80%
9.	Apakah anda mengaahui apa saja isi dari laporan keuangan tersebut?	5	20%	100%	+80%
10.	Apakah anda mengetahui bahwa laporan keuangan sangat penting bagi suatu usaha?	5	40%	100%	+60%

Berdasarkan Tabel 1. tentang rekapitulasi kuesioner yang diberikan kepada UMKM pengrajin topeng Dewa Suda, maka tanggapan responden atas pertanyaan pertama terjadi peningkatan sebanyak 80%, pertanyaan kedua terjadi peningkatan sebanyak 80%, pertanyaan ketiga terjadi peningkatan sebanyak 80%, pertanyaan keempat terjadi peningkatan sebanyak 20%, pertanyaan kelima terjadi peningkatan sebanyak 60%, pertanyaan keenam terjadi peningkatan sebanyak 60%, pertanyaan ketujuh terjadi peningkatan sebanyak 60%, pertanyaan kedelapan terjadi peningkatan sebanyak 80%, pertanyaan kesembilan terjadi peningkatan 80% dan pertanyaan kesepuluh terjadi peningkatan sebanyak 60%. Secara umum tanggapan responden atas pertanyaan tersebut mengalami peningkatan sebanyak 66%. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi, penyuluhan dan pelatihan terhadap masyarakat sasaran berjalan dengan baik dan lancar.



Gambar 1. Membantu memberikan ide kreatif mengenai nama dan logo usaha

Setelah diberikan penyuluhan mengenai program kerja yang akan dilaksanakan dalam upaya pemberdayaan UMKM pengrajin topeng Dewa Suda dalam menghadapi pandemi Covid-19. Tim pengabdian memberikan pengarahan mengenai pentingnya sebuah nama dan logo dalam sebuah usaha. Nama dan logo tidak boleh dianggap enteng apalagi disepelekan. Penting bagi suatu usaha untuk menuangkan segala visi, misi, dan semangat nya dalam sebuah bentuk identitas visual, yakni logo. Dalam komunikasi, logo masuk dalam ranah komunikasi visual. Bagaimana logo diharapkan bisa menyampaikan pesan berupa visi, misi, dan semangat sebuah usaha kepada konsumen ketika mereka melihatnya (Oscario, 2013).

Logo merupakan wajah atau tanda pengenal yang berguna untuk membedakan usaha yang satu dengan usaha yang lainnya. Logo juga berguna untuk memperkenalkan dan menunjukkan sesuatu. Logo menjadi sebuah pengakuan, kepercayaan, kebanggaan, keunggulan yang dihadirkan dalam sebuah bentuk gambar. Bentuk logo biasa dituangkan dalam bentuk visual nama, angka, lambang, simbol, gambar, atau elemen lain guna membedakan dengan kompetitor. Logo menjadi representasi atas apa yang diinginkan owner perusahaan tersebut. Tentang apa yang dijual, ditawarkan, bahkan segmentasi yang dituju. (Oscario, 2013).



Gambar 2. Hasil dari pembuatan nama dan logo usaha

Dalam kegiatan ini tim pengabdian membantu memberikan ide kreatif nama dan logo usaha kepada mitra. Mitra berperan besar dalam memberikan keputusan atas nama dari usaha nya. Tim pengabdian memberikan beberapa ide untuk usaha pengrajin topeng Dewa Suda, ada tiga (3) pilihan yang menjadi kandidat dalam nama usaha yaitu Prada Bali, Ukir Bali dan Dewata Barong. Setelah berdiskusi, mitra memilih untuk menggunakan Prada Bali sebagai nama usaha nya dan Topeng Barong sebagai simbol dari logo usaha nya. Pembuatan dari logo usaha dilakukan di kediaman mitra dengan menggunakan aplikasi *Canva*. Mitra belum memiliki nama dan logo usaha nya sendiri, sehingga kegiatan ini sangat direspon dengan baik oleh mitra guna mempermudah masyarakat untuk mengingat usahanya. Dalam kegiatan ini mitra berhasil menerapkan nama dan logo usaha nya.



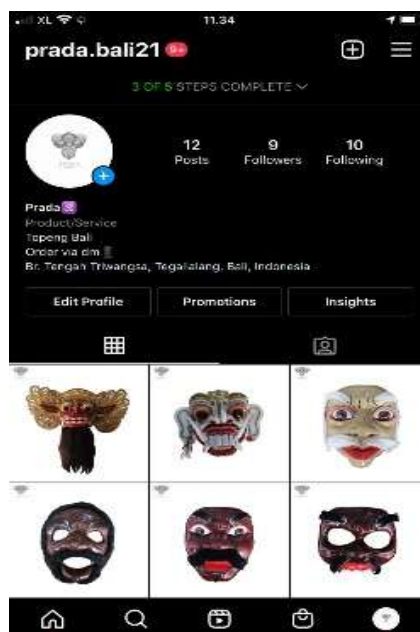
Gambar 3. Memberikan pengarahan dan pendampingan dalam pembuatan akun media sosial sebagai media promosi

Selain memberikan ide dalam pembuatan nama dan logo usaha, mitra belum paham mengenai pentingnya promosi atau pemasaran melalui media sosial di masa saat ini. Tim pengabdian memberikan pengarahan mengenai pentingnya promosi melalui media sosial dimasa saat ini. Promosi adalah suatu hal yang harus dilakukan setiap perusahaan. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Perkembangan teknologi informasi saat ini membuat manusia sudah tidak lagi mempermasalahakan batas jarak, ruang dan waktu. Teknologi informasi melahirkan internet, internet menawarkan banyak manfaat bagi UMKM untuk meningkatkan pemasaran produknya. Selain itu juga internet memberikan manfaat meningkatkan kesempatan UMKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya. Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan

sangat berpotensi untuk mendorong pemasaran UMKM adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis (Purwidiatoro dan Hadi, 2016).

Jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam, media sosial yang diminati orang Indonesia saat ini diantaranya *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*. Berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang. Saat ini Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan hiburan saja, selain menjadi media sosial yang banyak diminati, Instagram juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis (Puspitarini dan Nuraeni, 2019).

Pada kegiatan ini tim menyarankan untuk melakukan promosi menggunakan aplikasi *Instagram* dan *Facebook* karena *Instagram* dan *Facebook* mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui *Instagram* dan *Facebook*, informasi yang ingin kita sebar tidak harus berupa tulisan, foto bahkan video pun dapat kita sebar kepada konsumen dengan mudah. Selain itu, tim pengabdian juga membantu mitra dalam pembuatan akun media sosial dan memberikan ide mengenai design informasi yang akan diberikan untuk melakukan promosi.



Gambar 4. Hasil dari pembuatan akun media sosial Instagram



Gambar 5. Hasil dari pembuatan akun media sosial Facebook

Kegiatan ini berjalan dengan lancar karena didukung oleh masyarakat yang sebagian besar menggunakan media sosial sehingga masyarakat sasaran mudah dalam memahami bagaimana cara menggunakan media sosial sebagai media promosi *online*. Mitra juga berhasil memahami pentingnya media sosial sebagai media promosi online di masa saat ini, mitra juga berhasil memperluas jangkauan pasarnya. Namun adapun penghambat dari kegiatan ini, yaitu minimnya jaringan internet karena lokasi pengabdian terletak di desa yang jauh akan jaringan internet yang memadai.

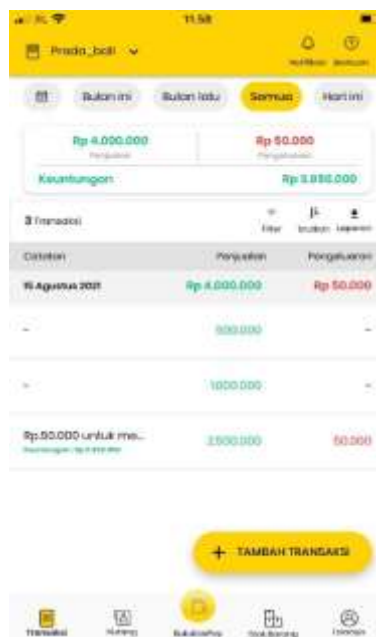


Gambar 6. Memberikan pengarahan dan pelatihan mengenai pembukuan sederhana melalui aplikasi Buku Kas

Pada kegiatan selanjutnya, tim memberikan pengarahan mengenai pentingnya pembukuan pada sebuah usaha. UMKM rata-rata masih belum menerapkan pembukuan atau pencatatan. Penyebab hal ini karena tingkat pendidikan yang rendah, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam bidang akuntansi, adanya persepsi

bahwa pembukuan tidak penting, dan persepsi bahwa pembukuan terlalu rumit untuk dilaksanakan. Pembukuan atau pencatatan laporan keuangan yang sistematis memiliki manfaat-manfaat, yaitu dapat memberikan informasi kas yang dapat dipercaya mengenai posisi keuangan usaha pada saat tertentu. Dengan kata lain, pembukuan penting untuk mendapatkan informasi keuangan usaha. Misalnya berapa laba yang diperoleh, berapa biaya yang digunakan untuk produksi, dan juga sebagai syarat bagi pelaku usaha untuk memperoleh pendanaan dari luar yaitu dari kredit perbankan atau lembaga non perbankan (Prativi *et al.*, 2019).

Dengan adanya pernyataan tersebut, Tim pengabdian juga memberikan penyuluhan dan pelatihan tentang pentingnya penerapan pembukuan sederhana pada suatu usaha dengan bantuan aplikasi Buku Kas.



Gambar 7. Hasil dari penerapan pembukuan pada aplikasi Buku Kas

Pada kegiatan ini, mitra mengalami kesulitan dalam mengaplikasikan pembukuan pada aplikasi buku kas, karena mitra tidak memiliki latar belakang atau pengetahuan mengenai pembukuan atau akuntansi. Dengan melakukan pengarahan serta pelatihan yang cukup intens, mitra berhasil memahami dan menerapkan pembukuan sederhana pada usahanya. Setelah diterapkannya pembukuan sederhana melalui aplikasi buku kas, tercatat beberapa transaksi yang telah terjadi dengan total keseluruhan sebesar Rp. 4.000.000 dan total pengeluaran yang digunakan untuk membeli cat yaitu sebesar Rp. 50.000.

Kegiatan ini berjalan lancar dan mendapatkan respon positif dari mitra terbukti dengan pembukuan yang sudah diterapkan mitra pada aplikasi buku kas. Dengan adanya kegiatan ini mitra menyadari arti penting pembukuan untuk pengembangan usahanya. bisa mengatur pemasukan atau pengeluaran dari usahanya. Persepsi bahwa

pembukuan sulit untuk dilaksanakan dapat dapat diubah dikarenakan mitra merasa dimudahkan dengan adanya aplikasi buku kas sebagai sarana pembukuan *digital*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian masyarakat pada UMKM pengrajin topeng Dewa Suda di Desa Kenderan, Tegallalang Gianyar secara umum terlaksana dengan baik dan lancar. Program kerja yang disusun untuk pelaku UMKM pengrajin Topeng Dewa Suda mampu membantu mitra dalam meningkatkan pendapatannya agar tetap bisa bertahan ditengah pandemi Covid-19. Dimana sebelumnya hanya memasarkan produk secara lokal atau mulut ke mulut, kini dapat menggunakan aplikasi Instagram dan Facebook untuk memasarkan produknya agar dapat dijangkau oleh kalangan yang lebih luas serta membantu mitra untuk melakukan pembukuan mengenai pemasukan atau pengeluaran usaha melalui aplikasi pembukuan digital buku kas.

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini pelaku usaha diharapkan selalu melakukan promosi di media sosial agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, pelaku usaha diharapkan terus melakukan pencatatan mengenai pembukuan usaha nya di aplikasi buku kas. Karena dengan pembukuan tersebut, pelaku usaha dapat mengetahui penjualan ataupun stok barang yang dimiliki dengan mudah dan teratur sehingga dapat mengontrol pemasukan atau pengeluaran usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123-131.
- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 terhadap perlambatan ekonomi sektor umkm. *Jurnal Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(6), 19-24.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian ndonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212-224.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.
- Purwidianoro, M. H., SW, D. F. K., & Hadi, W. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM). *Eka Cida*, 1(1).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal ommon*, 3(1), 71-80.
- Prativi N, A., Agustina P, D., & Nasehati S, S. (2019). Pelatihan Pembukuan Sederhana UMKM Pada Anggota KSU Hasta Mandiri Kota Magelang.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109-120.
- Spagnuolo, G., De Vito, D., Rengo, S., & Tatullo, M. (2020). COVID-19 Outbreak: An Overview on Dentistry. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6), 3–6.