

EDUKASI DAN PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM PENJAHIT DI MASA PANDEMI COVID-19

Ida Ayu Made Wedasuwari¹⁾, I Dewa Gede Wedagama²⁾,

Ni Komang Trinanda Saradewi³⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: dayuweda@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan ini merupakan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Banjar Tojan Tegal, Desa Pering, Kecamatan Blahbatuh, Gianyar dimana pengabdian ini dilakukan pada usaha penjahit kebaya, vermak baju dan kebaya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan pemilik usaha dalam berjualan melalui media online. Pengabdian ini dilakukan melalui kegiatan pendampingan meliputi, pengemasan produk logo usaha, pembukuan dan pelatihan penggunaan media online dalam penjualan produk serta pemantauan dan evaluasi. Hasil yang diperoleh setelah pendampingan menunjukkan peningkatan akses konsumen kepada usaha mikro binaan yang diindikasikan dengan meningkatnya pesanan dan omset usaha mikro binaan. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi pelaku usaha mikro lainnya yang terdampak pandemi covid-19 dan menjadi solusi dari masalah UMKM yang ada.

Kata Kunci: UMKM, edukasi, pendampingan, pengembangan usaha

ANALISIS SITUASI

Pandemi covid-19 yang melanda seluruh dunia sejak Desember 2019 hingga kini masih berlangsung. Di beberapa negara, kurva korban positif terinfeksi virus corona mulai melanda (seperti di Australia, Vietnam, dan Selandia Baru) (Sohrabi et al. 2020). Mewabahnya virus penyebab covid-19 ini tidak hanya menghantam sektor kesehatan dan pelayanan publik, melainkan juga melumpuhkan berbagai sektor kehidupan manusia lainnya, termasuk sektor usaha mikro di seluruh dunia (McKibbin dan Fernando, 2020). Selain itu dampak pandemi covid-19 juga telah memukul hampir seluruh sektor ekonomi termasuk di dalamnya UMKM.. Berbagai aturan muncul untuk memutus penyebaran virus corona ini. *Social distancing* dan PSBB adalah dua kebijakan utama yang diterapkan Indonesia saat ini. Imbas atas kebijakan ini tidak dapat dihindari, banyak usaha terhenti sementara waktu. (Hetty,2020).

Tak perlu analisis yang rumit-rumit, sehari-hari pun bisa kita lihat bagaimana kios-kios pedagang makanan dan barang-barang kebutuhan sehari-hari tutup karena pembatasan kerumunan dan turunnya daya beli masyarakat. Sebagian pengamat memperkirakan sektor UMKM akan mengalami kesulitan menahan dampak akibat wabah covid-19 tersebut. UMKM dinilai sebagai sektor yang paling rentan terhadap krisis ekonomi karena jenis usaha ini sangat bergantung pada perputaran uang hasil penjualan barang dagangan (Pakpahan 2020). Namun, pelaku UMKM tentunya tak

boleh hanya bersandar pada kelonggaran kredit dari pemerintah. Mereka juga harus melakukan beragam terobosan dan strategi agar dapat bertahan di tengah ketidakpastian ekonomi saat ini. Para pelaku usaha memerlukan beberapa langkah untuk dapat bertahan. Perubahan pada pengaturan arus keuangan perusahaan, misalnya, perlu dilakukan untuk tetap dapat mempertahankan bisnisnya agar berkelanjutan. Oleh karena itu UMKM perlu melakukan strategi untuk tetap mempertahankan keberlannjutan usaha selama pandemi dan tetap eksis setelah pandemi covid ini berakhir (Agustina, 2020).

Kemajuan teknologi saat ini mendorong manusia untuk melakukan kegiatan yang lebih cepat dan mudah. Kemajuan tersebut tampak pada bidang telekomunikasi. Adanya kemajuan telekomunikasi ini membuat hubungan antar manusia dalam hal komunikasi menjadi tanpa batas dan tanpa hambatan terutama adalah jarak. Internet merupakan kemajuan salah satu dalam bidang teknologi komunikasi yang tumbuh begitu pesatnya. Internet memberikan manfaat kemudahan dalam komunikasi dan memiliki kepentingan tertentu. Adanya revolusi teknologi informasi (TI) dan komunikasi selalu berubah-ubah dari hari ke hari, hal ini juga merubah cara orang melakukan bisnis saat ini (Ryan dan Page 2009). Dimana era digital mampu menjadi poin krusial untuk seluruh aktivitas manusia yang dapat mendukung aktivitas usaha. Para pelaku usaha mikro yang terhalang dengan kendala dengan minimnya pengetahuan *digital marketing* dan *electronic commerce* mengharuskan masyarakat untuk melek terhadap teknologi sehingga menuntut para pelaku usaha mikro dalam mengikuti kegiatan pelatihan untuk dapat memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai media dalam menjalankan usahanya.

Salah satu UMKM yang terdampak karena pandemi covid-19 yaitu penjahit Ibu Ayu, di mana sebelum covid-19 mengalami kelonjakan jasa jahitan yang sangat tinggi. Namun keadaan tersebut berbanding terbalik sejak adanya pandemi covid-19. Pemilik UMKM Ibu Ayu harus berpikir untuk mencari strategi efektif dalam mempromosikan jasa jahitannya agar usahanya tidak gulung tikar dan mendapatkan pemasukan untuk memenuhi kebutuhannya. UMKM Penjahit yang dimiliki oleh Ibu Ayu menerima jasa jahitan seperti membuat baju kebaya, vermak baju dan celana.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang didapat kondisi mitra cukup memprihatinkan karena mengalami penurunan pendapatan disebabkan sepi jasa jahitan. Maka dari itu permasalahan mitra yang dihadapi: tidak memiliki sistem pembukuan kas yang baik, kurangnya strategi dalam pengemasan produk, tidak memiliki logo, dan kurangnya pemahaman dalam memasarkan produk dengan menggunakan media *online*, padahal dengan kemajuan teknologi saat ini dapat dimanfaatkan peranan internet dan *handphone* untuk mengembangkan usaha yang dimiliki secara online namun harus dilakukan secara konsisten, sehingga memungkinkan pencapaian pangsa pasar yang lebih luas. Berkaitan dengan hal tersebut, perlu dilakukan upaya untuk membantu usaha tersebut dapat bertahan dimasa-masa sulit ini, yaitu dengan cara penggunaan media *online* sebagai media pemasaran, di mana pemanfaatan ini menjadi potensi yang menjanjikan di tengah

keterbatasan akses dari pemberlakuan aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

PERUMUSAN MASALAH

1. Belum memiliki sistem pencatatan pembukuan kas yang baik.
2. Kurangnya strategi keterampilan dalam pengemasan produk dan belum memiliki logo usaha.
3. Kurangnya pemahaman dalam pemasaran produk dengan memanfaatkan media *online*.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Edukasi kepada Ibu Ayu dalam membuat pembukuan kas
2. Melatih Ibu Ayu dalam strategi keterampilan pengemasan produk dengan penambahan logo usaha.
3. Melatih Ibu Ayu dalam mengaplikasikan media *online* seperti *Whatsapp* , *Facebook* dan *Instagram* sebagai salah satu strategi dalam mempromosikan jasa jahitannya

METODE PELAKSANAAN

1. Penyuluhan (edukasi), materi penyuluhan yang diberikan pada target sasaran kepada pemilik UMKM (Ibu Ayu) yaitu materi yang terkait dengan pemilihan media *online* yang sedang fenomenal saat ini seperti *whatsapp*, *Instagram* dan *facebook*, materi kedua yaitu terkait dengan cara pengemasan produk untuk menarik minat masyarakat.
2. Pelatihan, target sasaran dalam hal ini kepada pemilik UMKM (Ibu Ayu) dilatih kecakapannya dalam membuat dan mengaplikasikan media sosial , serta mempraktekan pengemasan produk usaha yang dijalankan agar lebih menarik minat masyarakat.
3. Pemantauan, pemantauan selama berlangsungnya program kerja diperlukan guna mengetahui bagaimana solusi dapat mencapai target.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Edukasi dan pendampingan pengembangan usaha pada UMKM penjahit di masa pandemi covid-19, Banjar Tojan Tegal, Desa Pering, Kecamatan Blahbatuh, Gianyar. Dengan program kerja pembukuan menggunakan buku kas, mengaplikasikan media *online* seperti *Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram* sebagai salah satu strategi dalam mempromosikan jasa jahitannya dan ketrampilan pengemasan produk dengan menambahkan logo usaha. Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Banjar Tojan Tegal telah berhasil meningkatkan pemahaman UMKM melalui penyuluhan yang diberikan oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian pada masyarakat, yaitu mengenai edukasi dan pendampingan pengembangan usaha pada UMKM penjahit di masa pandemi covid-19 disertai dengan pemberian simulasi

mengenai bagaimana cara meningkatkan strategi Adapun rekapitulasi hasil kuesioner pelaku UMKM Penjahit (Ibu Ayu) di Banjar Tojan Tegal adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Rekapitulasi Kuesioner Edukasi pengembangan Usaha Pelaku UMKM Penjahit Ibu Ayu di Banjar Tojan Tegal

No	Soal Kuesioner	Jumlah responden	Persentase Jawaban Benar		Hasil Perbandingan
			Sebelum	Sesudah	
1.	Apakah materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan usaha pada mitra?	5	75,6%	100%	+24,4%
2.	Apakah pelayanan yang diberikan sangat sesuai dengan mitra?	5	70,2%	100%	+29,8%
3.	Apakah mitra akan melanjutkan program yang diberikan oleh tim pengabdian?	5	65,9%	100%	+34,1%
4.	Apakah tim pengabdian maupun mitra dapat mengikuti jadwal kegiatan dengan baik?	5	64,8%	100%	+35,2%
5.	Apakah solusi yang diberikan oleh tim pengabdian sangat membantu mitra?	5	70,7%	100%	+29,3%
6.	Apakah mitra merasa puas dengan program yang telah diberikan oleh tim pengabdian?	5	70,9%	100%	+29,1%
7.	Apakah mitra sangat terbantu dengan adanya program pengabdian ini?	5	75,8%	100%	+24,2%
8.	Apakah tim pengabdian sangat sopan dan ramah saat bersosialisasi dengan mitra?	5	57%	100%	+43%
9.	Apakah lingkungan pelatihan diciptakan dengan nyaman?	5	42,9%	90%	+47,1%
10.	Apakah setelah diberikan program oleh tim pengabdian pemesanan semakin meningkat?	5	74,1%	100%	+25,9%

Untuk rumus perhitungan jawaban sebelum dan sesudah dilaksanakannya penyuluhan adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase Jawaban benar} : \frac{\text{Total Jawaban benar}}{\text{Total Skor Maks}} \times 100\%$$

Berdasarkan tabel rekapitulasi kuesioner edukasi dan pendampingan pengembangan usaha pada umkm penjahit di masa pandemi covid-19, Banjar Tojan Tegal, Desa Pering, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar, maka tanggapan responden terhadap pertanyaan kuesioner pertama terjadi peningkatan 24,4%, pertanyaan kedua terjadi peningkatan 29,8%, pertanyaan ketiga terjadi peningkatan 34,1%, pertanyaan keempat terjadi peningkatan 35,2%, pertanyaan kelima terjadi peningkatan 29,3 %, pertanyaan keenam terjadi peningkatan 29,1%, pertanyaan ketujuh terjadi peningkatan 24,2 %, pertanyaan kedelapan terjadi peningkatan 43%, pertanyaan kesembilan terjadi peningkatan 47,1 %, dan pertanyaan kesepuluh terjadi peningkatan 25,9%. Secara umum, terjadi peningkatan tingkat pengetahuan sasaran dengan rata-rata 32,21%. Hal ini membuktikan bahwa kegiatan penyuluhan berjalan dengan baik dan lancar.



Gambar 1. Kegiatan Cara pengemasan produk dengan menambah logo usaha



Gambar 2. Kegiatan mengajarkan mencatat pembukuan kas dengan baik



Gambar 3. Kegiatan mengajarkan cara mempromosikan usaha dalam menggunakan media *online*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Banjar Tojan Tegal, Desa Pering, UMKM Penjahit Ibu Ayu dapat memahami cara mencatat pembukuan yang baik mengenai pengeluaran dan pemasukan pada usahanya, selain itu cara meningkatkan pemahaman pada strategi keterampilan pengemasan produk dengan mencantumkan logo usahanya, dan bisa memahami dan meningkatkan penggunaan media *online* sebagai media promosi jasanya di masa pandemi covid-19 ini

Pelaksanaan kegiatan program pengabdian masyarakat ini sudah terealisasi 100%, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat terus dilaksanakan oleh setiap masyarakat dan UMKM di lingkungan Banjar Tojan Tegal dan selain itu Dinas UMK Kabupaten Gianyar untuk lebih proaktif dalam memberikan pendampingan kepada para pemilik UMKM, sehingga baik dari segi kualitas dan kuantitas mengalami peningkatan dan juga diperlunya adanya monitoring dan evaluasi serta pendampingan dalam memberikan pemahaman dalam manajemen pemasaran, pembukuan dan desain kemasan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina PN, (2020) Strategy Of SMEs In The Covid-19 Pandemic Period. *Jurnal Akuntansi Perpajakan*, 45-52.
- Mckibbin W & Fernando R. (2020). The Global Macroeconomic Impacts Of COVID-19: Seven Scenarios. *SSRN Electronic Journal*.
- Pakpahan AK. 2020. Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*.
- Ryan D, Page CJK. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. *Journal of Direct*
- Sohrabi C, dkk. (2020). World Health Organization Declares Global Emergency: A Review Of The 2019 Novel Coronavirus (COVID-19). *Int J Surg*. 76:71-76.
- Tunjungsari, dkk (2020). Pengembangan Kemasan Produk dalam Rangka Membangun Merek Nasi Minyak Instan di Jambi. *Journal of Sustainable Community Development* .Vol. 2 No. 2