

UPAYA PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK OPTIMALISASI PENJUALAN DI ERA PANDEMI COVID-19 PADA UMKM AYAM BETUTU CENGGOK DI DESA BAHA, MENGWI, BADUNG

I Gede Cahyadi Putra¹⁾, I Made Sukerta²⁾, Ni Nyoman Sri Wahyuni³⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar

email: gdcahyadi@unmas.ac.id¹

ABSTRAK

Virus SARS-CoV-2 adalah salah satu anggota koronavirus yang mengakibatkan infeksi pernafasan yang saat ini lebih dikenal sebagai COVID-19. Virus ini pertama kali diidentifikasi di Kota Wuhan, Tiongkok pada akhir 2019 dan menyebabkan wabah COVID-19 yang telah menyebar ke seluruh dunia. Di Indonesia sendiri wabah ini pertama kali dikonfirmasi terjadi pada Senin, 2 Maret 2020 lalu. Salah satu UMKM yang terkena dampak dari pandemi COVID-19 yaitu usaha dagang pribadi Betutu Cengklok yang dimiliki oleh Bapak I Nyoman Pastika yang berada di Br. Cengklok Desa Baha, Mengwi, Badung. Usaha Betutu Cengklok milik Bapak I Nyoman Pastika ini menjual olahan ayam betutu dengan sambal matah segar dan bumbu betutu khas Bali yang sangat enak. Selain melayani pesanan ayam betutu utuh berdasarkan orderan, Bapak Nyoman juga memiliki satu unit warung yang terletak tidak jauh dari rumahnya yang juga digunakan sebagai tempat produksi sehari-harinya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara permasalahan mitra yaitu kurangnya kesadaran dan penerapan prokes di tempat usaha, strategi pemasaran yang belum optimal serta tidak adanya SOP dan laporan keuangan sebagai pertanggungjawaban usaha sekaligus mempermudah evaluasi keuangan usahanya. Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan memberikan edukasi tentang pentingnya penerapan prokes di masa pandemi, pengadaan sabun cuci tangan, poster himbauan dan tata cara mencuci tangan, pembuatan SOP, pembuatan pembukuan sederhana serta pembuatan dan pemeliharaan media sosial sebagai sarana pemasaran.

Kata kunci: Pandemi Covid-19, Penerapan Prokes, UMKM, Pembukuan, Pemasaran.

ANALISIS SITUASI

Virus SARS-CoV-2 adalah salah satu anggota koronavirus yang mengakibatkan infeksi pernafasan yang saat ini lebih dikenal sebagai COVID-19. Virus ini pertama kali diidentifikasi di Kota Wuhan, Tiongkok pada akhir 2019 dan menyebabkan wabah Covid-19 yang telah menyebar ke seluruh dunia. Dari akhir 2019 sampai pada Juni 2021, telah terjadi lebih dari 178 juta kasus yang dikonfirmasi dan 3,9 juta kematian. Di Indonesia sendiri wabah ini pertama kali dikonfirmasi terjadi pada Senin, 2 Maret 2020 lalu.

Pandemi Covid-19 ini memiliki dampak yang sangat besar pada sektor perekonomian Indonesia terutama terhadap UMKM. Indonesia di dominasi oleh UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional juga

terdampak serius bukan hanya pada aspek produksi dan pendapatan mereka saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dikarenakan pandemi ini (Pakpahan, 2020).

Disaat Pandemi Covid-19 pemerintah mengeluarkan peraturan untuk menerapkan physical Distancing, Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB dan tutupnya sektor pariwisata, serta pemerintah telah memangkas anggaran dinas yang akan dialihkan untuk penanganan Covid-19 (Sari, 2020). Hal tersebut berdampak signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM.

Salah satu UMKM yang terkena dampak dari pandemi COVID-19 yaitu usaha dagang pribadi Betutu Cengkok yang dimiliki oleh Bapak I Nyoman Pastika yang berada di Br. Cengkok Desa Baha, Mengwi, Badung. Usaha Betutu Cengkok milik Bapak I Nyoman Pastika ini menjual olahan ayam betutu dengan sambal matah segar dan bumbu betutu khas Bali yang sangat enak. Selain melayani pesanan ayam betutu utuh berdasarkan orderan, Bapak Nyoman juga memiliki satu unit warung yang terletak tidak jauh dari rumahnya yang juga digunakan sebagai tempat produksi sehari-harinya. Warung ini menjual nasi sela (nasi dengan campuran ubi) dengan lauk ayam betutu dan lauk pendamping seperti olahan daun singkong, ikan pindang, dan olahan lainnya.

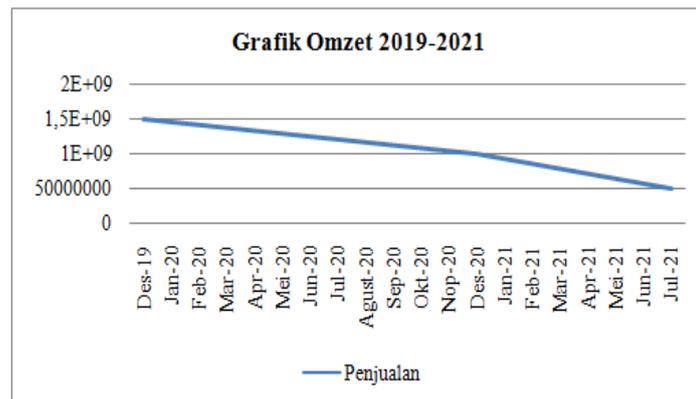
Saat pertama kali menjalankan usahanya Bapak Nyoman hanya dibantu oleh istrinya namun karena tingkat pesanan yang semakin bertambah, Bapak Nyoman akhirnya dibantu oleh anggota keluarganya yang lain seperti ibu, adik, dan saudara iparnya. Jadi dapat dikatakan saat ini usaha Betutu Cengkok Bapak Nyoman memiliki empat (4) orang karyawan.

Dari pertama kali menerima pesanan, usaha Betutu Cengkok ini sudah menarik banyak minat pelanggan hanya dengan sistem pemasaran dari mulut ke mulut sehingga Bapak I Nyoman Pastika mendapatkan jumlah pesanan yang meningkat dan berdampak pada meningkatnya omzet yang diduplikannya. Tingkat pemesanan tertinggi terjadi saat ada Rerahinan Bali seperti odalan, tumpek, galungan, dan rerahinan lainnya. Namun setelah adanya pandemi Covid-19, omzet Bapak Nyoman menurun hingga lima puluh persen (50%).

Sebelum adanya pandemi Covid-19 Bapak Nyoman bisa memproduksi sekitar 50 ekor ayam/hari pada hari biasa dan 12 ekor ayam untuk dijual bersama nasi sela dan lauk pendampingnya di warung. Sedangkan saat ada rerahinan Bali, jumlah pesanan bisa melonjak sampai ratusan ekor ayam/hari. Namun setelah terdampak pandemi Covid-19, usaha Betutu Cengkok Bapak Nyoman hanya memproduksi 5-10 ekor ayam/hari pada hari biasa dan 6 ekor ayam untuk dijual bersama nasi sela dan lauk pauk pendampingnya di warung. Sedangkan saat ada rerahinan Bali, jumlah pesanan bisa mencapai seratus ekor/hari. Selain itu, Betutu Cengkok ini juga melayani pemesanan Paket Rayunan Peranda, Nasi bungkus, Nasi kotak, Snack dan lainnya.

Bapak Nyoman mengatakan jumlah pesanan mencapai lebih dari 50 ekor/hari pada hari biasa sebelum pandemi karena usaha Betutu Cengkok telah bekerjasama

dengan lima usaha catering yang biasanya melayani catering upacara pernikahan/resepsi, dll. Setiap usaha catering bisa memesan 10-16 ekor ayam betutu untuk satu upacara pernikahan/resepsi namun setelah adanya pandemi, upacara resepsi tidak diperbolehkan karena memicu kerumunan yang mempermudah penularan Covid-19 sehingga kerjasama dengan usaha catering ini tidak bisa terlaksana lagi dan menyebabkan pemesanan menurun secara drastis. Berikut grafik perkiraan omzet sebelum pandemi dan sesudah terjadi pandemi dari tahun 2019-2021.



Gambar 1 Grafik penjualan Betutu Cengkok Des 2019 - Juli 2021

Berdasarkan hasil wawancara bersama mitra dapat di perkiraan tingkat penjualan seperti gambar grafik 1.4 diatas. Dari grafik tersebut dapat dilihat tingkat penjualan usaha Betutu Cengkok mengalami penurunan sejak tahun 2020 saat pandemi COVID-19 dimulai sampai dengan Juli 2021 ini sangat signifikan.

Selain mengalami penurunan permintaan karena pandemi, dari segi pemasaran usaha Betutu Cengkok ini juga dapat dikatakan kurang optimal sehingga perlu pengkajian ulang tentang strategi apa yang bisa digunakan untuk mengoptimalkan penjualan di masa pandemi COVID-19 seperti sekarang. Berdasarkan analisis situasi diatas penulis ingin melakukan pengabdian pada masyarakat di UMKM Betutu Cengkok milik Bapak I Nyoman Pastika ini dengan judul “Upaya Peningkatan Strategi Pemasaran Untuk Optimalisasi Penjualan di Masa Pandemi COVID-19 pada UMKM Ayam Betutu Cengkok di Desa Baha, Mengwi, Badung”.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi diatas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang dialami mitra, yaitu:

1. Keberadaan protokol kesehatan untuk pencegahan penularan COVID-19 yang masih belum memadai seperti kurangnya sabun cuci tangan, poster himbuan bahaya COVID-19, poster cara mencuci tangan yang baik dan masih kurangnya kesadaran dari pelaku usaha maupun pelanggan saat melakukan transaksi di tempat usaha.
2. Sistem pengemasan yang masih perlu dimaksimalkan.

3. Strategi pemasaran masih sangat terbatas dan dianggap kurang optimal.
4. Belum adanya sistem pembukuan yang jelas dan hanya memiliki catatan order manual yang masih belum rapi dan memadai sehingga omzet sebenarnya usaha sebenarnya sulit untuk dipastikan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan perumusan masalah diatas, adapun solusi yang diberikan kepada mitra, yaitu:

1. Pengadaan sabun cuci tangan dan sedikit pembenahan tempat cuci tangan di tempat usaha mitra serta memberi edukasi atau himbauan mengenai Covid-19 sekaligus membagikan masker kepada mitra, karyawan serta pelanggan.
2. Merancang dan membuat SOP sesuai dengan tahapan-tahapan produksi serta penambahan stiker logo pada kemasan atau packing produk agar produk terlihat lebih menarik.
3. Penambahan logo/label pada kemasan produk sebagai sarana promosi serta pembuatan dan pemeliharaan facebook dan instagram.
4. Pembuatan laporan keuangan digital sederhana (cash in cash out/laporan arus kas) yang mudah dimengerti dan digunakan oleh mitra dengan aplikasi Buku Warung.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Betutu Cengklok ini, yaitu:

- 1) Metode Diskusi, dilakukan saat melakukan observasi dan wawancara dengan mitra untuk mengetahui permasalahan apa yang dihadapi saat pandemi Covid-19
- 2) Metode Pengadaan, dilakukan saat memberikan atau mengadakan atribut yang kurang memadai yang menjadi masalah mitra seperti pengadaan sabun cuci tangan, poster himbauan Covid-19, poster cara mencuci tangan yang baik dan benar, pengadaan masker untuk mitra, karyawan dan pelanggan yang sedang melakukan transaksi di tempat usaha mitra serta pengadaan stiker logo/label untuk membantu mitra mengoptimalkan pengemasan produknya.
- 3) Metode pelatihan dan pendampingan, dilakukan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan agar dari yang tidak bisa menjadi bisa dan dari biasa saja menjadi lebih baik lagi. Metode ini dilakukan untuk program kerja seperti perancangan SOP, pengoptimalan pengemasan produk dengan menambahkan stiker logo/label, pembuatan pembukuan digital sederhana, serta pembuatan dan pemeliharaan akun media sosial seperti facebook dan instagram.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Secara kualitatif hasil kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Baha, Mengwi, Badung tepatnya di Banjar Cengklok pada UMKM Betutu Cengklok dapat terlaksana

dengan baik dan sesuai dengan harapan. Hal ini terbukti dengan tercapainya beberapa program yang telah dilaksanakan. Program kerja yang telah tercapai antara lain:

1. Edukasi pentingnya prokes dan pembagian masker kepada mitra, karyawan dan pelanggan.

Pada masa pandemi Covid-19 sekarang ini, sangat penting bagi setiap lapisan masyarakat untuk selalu mematuhi prokes yang ada salah satunya yaitu memakai masker untuk meminimalisir penyebaran Covid-19. Dengan membagikan masker bedah tipe *earloop* tiga (3) lapis berwarna hitam, sasaran utama dalam program kerja ini yaitu mitra, karyawan dan pelanggan yang sedang bertransaksi di tempat usaha.



Gambar 2 Edukasi dan pembagian masker

2. Pengadaan sabun cuci tangan dan poster

Pada masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, sangat penting bagi pelaku UMKM untuk menyediakan sarana mencuci tangan yang sesuai aturan yang berlaku. Selain untuk mencegah penularan Covid-19, adanya sarana mencuci tangan ini juga penting untuk membangun kepercayaan pelanggan bahwa tempat usaha bersih dan terhindar dari Covid-19. Sabun cuci tangan yang diberikan kepada mitra yaitu sabun cuci tangan yang sudah dilengkapi dengan kandungan anti bacterial dengan merek MedLab. Sedangkan poster yang diberikan berupa poster berukuran A3+ dengan bahan Art Carton Laminasi 260gsm yang dipasang menggunakan paku dan selotip di tempat usaha mitra.



Gambar 3 Pemasangan poster dan pengadaan sabun cuci tangan

3. Pelatihan dan pendampingan pengemasan

Dengan pengemasan yang baik dan menarik akan mendorong pelanggan untuk menambah daya beli mereka. Oleh karena itu pengoptimalan pengemasan produk sangat penting sebagai strategi pemasaran dan meningkatkan penjualan. Program kerja pengoptimalan pengemasan produk ini dilakukan dengan menambahkan stiker label/logo usaha yang diberikan tim pengabdian kepada mitra dengan spesifikasi bahan kertas stiker cromo yang di cetak menggunakan jenis printer Ricoh C9200 *Graphic Arts Edition* sebanyak 200pcs.



Gambar 4 Pelatihan dan pendampingan pengemasan

4. Perancangan dan pembuatan SOP

Kegiatan pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) bertujuan untuk memudahkan pelaku usaha dalam proses produksinya, didalam SOP terdapat tata cara dalam proses pembuatan mulai dari pencucian, pemotongan, cara dan durasi pemanggangan, pembuatan bumbu betutu, sambel matah, sayur daun singkong dan proses pembuatan produk lainnya. Dengan begitu rasa dan kualitas produk tetap bagus, terjamin dan tidak menurun atau tidak berubah-ubah.



Gambar 5 Perancangan SOP dan pembuatan SOP

5. Pembuatan dan pemeliharaan media sosial

Pada era digital ini masyarakat lebih banyak melakukan kegiatannya secara online. Kegiatan seperti memesan makanan secara online disukai karena dianggap lebih efektif dan efisien terutama bagi masyarakat yang sibuk dan tidak memiliki waktu untuk datang langsung ke tempat usaha. Untuk itu promosi dan memasarkan produk secara online dengan sosial media seperti facebook dan instagram akan sangat membantu. Selain biaya yang dikeluarkan untuk promosi lebih murah, pemasaran secara online ini juga mampu menjangkau setiap lapisan masyarakat

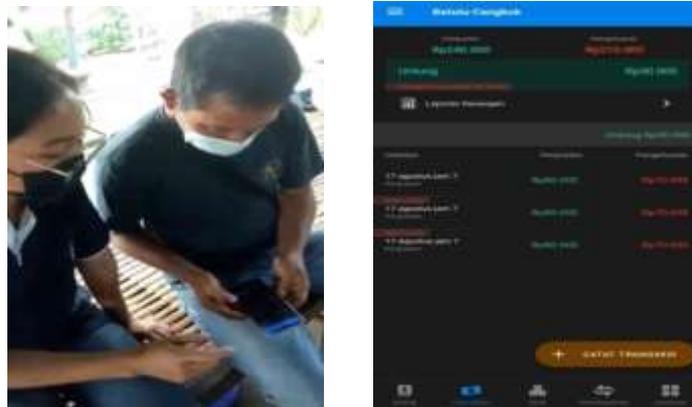
secara luas. Pelatihan yang diberikan berupa cara membagikan story/cerita di facebook dan instagram, cara membagikan foto dan video di beranda/feed facebook dan instagram, cara membuat keterangan/caption yang menarik serta cara mengedit bahan berupa foto/video sederhana dengan menggunakan aplikasi Canva yang dapat di unduh di Google Play Store.



Gambar 6 Pelatihan pembuatan dan pemeliharaan media sosial

6. Pelatihan pencatatan pembukuan dengan aplikasi Buku Warung

Pembukuan dilakukan untuk mengetahui transaksi atau alur keluar masuk dana/kas yang dimiliki sehingga dapat dianalisis pula kesehatan keuangan suatu usaha. Untuk itu pencatatan transaksi atau pembukuan sangat penting untuk dilakukan. Agar lebih simpel dan mudah dipahami mitra, dibuatlah pembukuan digital sederhana dengan aplikasi Buku Warung yang bisa di unduh di Google Play Store.



Gambar 7 Pelatihan aplikasi Buku Warung

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan judul Upaya Peningkatan Strategi Pemasaran Untuk Optimalisasi Penjualan di Masa Pandemi COVID-19 pada UMKM Ayam Betutu Cengklok di Desa Baha, Mengwi, Badung berjalan dengan lancar dan sesuai rencana. Adapun hasil yang telah dicapai, yaitu:

1. Pada bidang kesehatan, sebelumnya sarana mencuci tangan di tempat usaha mitra masih belum memadai. Setelah kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sarana mencuci tangan di tempat usaha mitra lebih baik lagi dengan pengadaan sabun cuci tangan, poster cuci tangan, poster himbuan

- Covid-19 dan telah dilaksanakan pembagian masker bagi masyarakat sasaran sehingga penularan Covid-19 bisa di minimalisir.
2. Pada bidang produksi, sebelumnya mitra belum memiliki SOP tentang proses produksi ayam betutu sehingga proses produksi masih belum teratur. Setelah kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan proses produksi menjadi lebih rapi dan terstruktur sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas atau mutu produk ayam betutu tersebut.
 3. Pada bidang pemasaran, sebelumnya mitra hanya memiliki akun facebook dan tidak pernah membuat story/cerita yang dapat membantu proses pemasaran. Setelah kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan mitra telah memiliki akun instagram dan mengerti cara membuat cerita/story pada kedua akun media sosialnya yaitu facebook dan instagram, mengerti cara membagikan dan membuat keterangan/caption yang menarik serta mengerti cara mengedit foto/video yang menarik untuk dibagikan ke media sosial sebagai sarana pemasaran secara lebih luas lagi.
 4. Pada bidang pembukuan, sebelumnya mitra hanya memiliki buku catatan order yang kurang memadai. Setelah kegiatan masyarakat ini dilaksanakan mitra telah memiliki dan mengerti cara melakukan pencatatan/pembukuan digital dengan aplikasi Buku Warung.

Saran yang dapat diberikan kepada pemilik UMKM Betutu Cengkok Baha yaitu agar lebih sering berlatih dan memanfaatkan semua ilmu yang diberikan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dengan tetap menerapkan prokes dalam menjalankan usaha selain untuk mencegah penularan Covid-19 juga dapat membangun kepercayaan pelanggan bahwa tempat usaha Betutu Cengkok bersih dan terhindar dari risiko penularan Covid-19. Dengan memanfaatkan teknologi yang ada, mitra/pelaku usaha dapat memperluas pemasaran produknya sehingga lebih dikenal dan dapat mengoptimalkan lagi penjualannya. Selain itu dengan mencatat setiap transaksi dengan baik maka akan mempermudah mitra untuk mengetahui omzet penjualannya dan lebih mudah dalam mengevaluasi usahanya. Program pengabdian masyarakat pada Universitas Mahasaraswati Denpasar ini telah teralisasikan 100% dan diharapkan kedepannya mitra tetap melanjutkan kegiatan yang telah dilaksanakan dan mendapatkan manfaat dan keuntungan yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Desi. 2017. “Penyusunan Program Kerja dan Evaluasi KKN”. Yang tersedia pada https://www.academia.edu/34367417/penyusunan_program_kerja_dan_evaluasi_kkn_oleh, (diakses pada 1 Agustus 2021 pukul 09.00 wita).
- BBC News. 2021. “Asal Covid-19: Apakah kita perlu tahu dari mana asal virus corona ini?”. Yang tersedia pada <https://www.google.com/amp/s/www.bbc.com/indonesia/dunia-57590872.amp>, (diakses pada 1 Agustus 2021 pukul 09.00 wita).

- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59-64.
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101-112.
- Sari, R. N. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM Batik Di Kabupaten Sumenep. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 1(1), 45-53.