

## PENANGGULANGAN DAMPAK SOSIAL EKONOMI AKIBAT PANDEMI COVID-19 KHUSUSNYA PELAKSANA UMKM DI DESA GULINGAN

I Gede Gegiranang Wiryadi<sup>1)</sup>, I Putu Adi Jaya Wardana<sup>2)</sup>

<sup>1, 2)</sup> Fakultas Teknik Universitas Mahasaraswati Denpasar

*E-mail: adijayawardana29@gmail.com*

### ABSTRAK

Pandemi COVID-19 memberikan dampak terhadap ekonomi, sosial dan politik yang dirasakan oleh pemerintah bahkan masyarakat kecil sekalipun. Salah satu dampak pandemi COVID-19 yaitu terhadap sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang sangat berpengaruh terhadap kondisi perekonomian khususnya di Desa Gulingan. Banyak masyarakat yang terkena PHK dari tempat mereka bekerja, terlebih mereka yang bekerja di dunia pariwisata secara terpaksa mereka tidak bisa bekerja. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan, terdapat keluhan dari pemilik usaha karena keuntungan atau omset dari produk yang dijual mengalami penurunan semenjak adanya pandemi COVID-19. Oleh karena itu pembinaan dan bantuan untuk pelaku UMKM di masa pandemi perlu menjadi perhatian banyak sektor terutama lembaga pemerintah. Solusi yang dapat diberikan yaitu pembinaan masyarakat sasaran dengan melakukan pelatihan cara penyajian produk agar lebih menarik minat konsumen, pemasaran produk menggunakan aplikasi online serta pelatihan mengenai cara menyusun pembukuan melalui media aplikasi buku warung sehingga menjadi lebih mudah dan dapat dilakukan secara digital.

**Kata kunci:** Dampak pandemi COVID-19, UMKM

### ANALISIS SITUASI

Desa Gulingan adalah suatu wilayah administratif pemerintahan yang berada di wilayah Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Desa Gulingan merupakan daerah dengan penduduk yang memiliki karakteristik bervariasi seperti PNS, petani, pedagang, pengerajin, dan sebagainya. Salah satu aktivitas masyarakat yang paling banyak adalah aktivitas berdagang. Saat ini Desa Gulingan adalah salah satu wilayah yang terdampak virus Corona. Banyak perusahaan yang terpaksa ditutup untuk menghindari penyebaran virus yang sudah menewaskan sebanyak 35.518 jiwa di Indonesia (Wisnoe, 2020). Banyak juga masyarakat yang di PHK dari tempat mereka bekerja, terlebih mereka yang bekerja di dunia pariwisata secara terpaksa mereka tidak bisa bekerja (Adied, 2021).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan, terdapat keluhan dari pemilik usaha karena keuntungan atau omset dari produk yang dijual mengalami penurunan semenjak adanya pandemi COVID-19. Hal ini dirasakan secara signifikan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengalami krisis ekonomi. UMKM digerakkan dan dikelola oleh perorangan atau badan yang skala usahanya kecil dimana produk penjualan produk tergantung kondisi masyarakat

saat itu (Amalia, 2021). Peralnya, menurunnya daya beli masyarakat akibat pandemi COVID-19 juga sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM.

Berdasarkan hal diatas, pembinaan dan bantuan untuk pelaku UMKM di masa pandemi perlu menjadi perhatian banyak sektor terutama lembaga pemerintah. Berdasarkan permasalahan yang ada di Br. Badung, Desa Gulingan terkait dengan pandemi Virus Corona, maka solusi yang dapat diberikan yaitu pembinaan masyarakat sasaran dengan melakukan pelatihan cara penyajian produk agar lebih menarik minat konsumen, pemasaran produk menggunakan aplikasi online serta pelatihan mengenai cara menyusun pembukuan melalui media aplikasi buku warung sehingga menjadi lebih mudah dan dapat dilakukan secara digital (Marsya, 2020).

### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan dengan pelaku UMKM Warung Kuliner Kubu, terdapat permasalahan yang sedang dihadapi oleh UMKM, yaitu :

- a. Para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengalami krisis ekonomi.
- b. Menurunnya daya beli masyarakat akibat pandemi Covid-19 juga sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan permasalahan yang ada di Br. Badung, Desa Gulingan terkait dengan pandemic Virus Corona, maka solusi yang dapat diberikan antara lain :

- a. Pelatihan kepada pelaku UMKM cara penyajian produk agar terlihat lebih menarik untuk meningkatkan penjualan sekaligus mempromosikan produk di media sosial agar lebih mudah untuk dijangkau masyarakat.
- b. Memberikan pengarahan sekaligus pelatihan cara memaksimalkan pemasaran produk menggunakan media online.
- c. Memberikan pelatihan menyusun pembukuan melalui aplikasi buku warung agar kedepannya masyarakat sasaran lebih mudah menyusun pembukuan usahanya secara digital.

### **METODE PELAKSANAAN**

Tahapan Pelaksanaan Program Kerja Adapun tahapan-tahapan dalam pelaksanaan program kerja adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan  
Pada tahap perencanaan meliputi tahap observasi dan pemberitahuan masyarakat sasaran atau mitra.
2. Persiapan  
Pada tahap persiapan meliputi kegiatan penyusunan jadwal kegiatan program kerja dan persiapan peralatan dan bahan guna mendukung kegiatan pembekalan dan pembelajaran kepada mitra.

### 3. Pelaksanaan

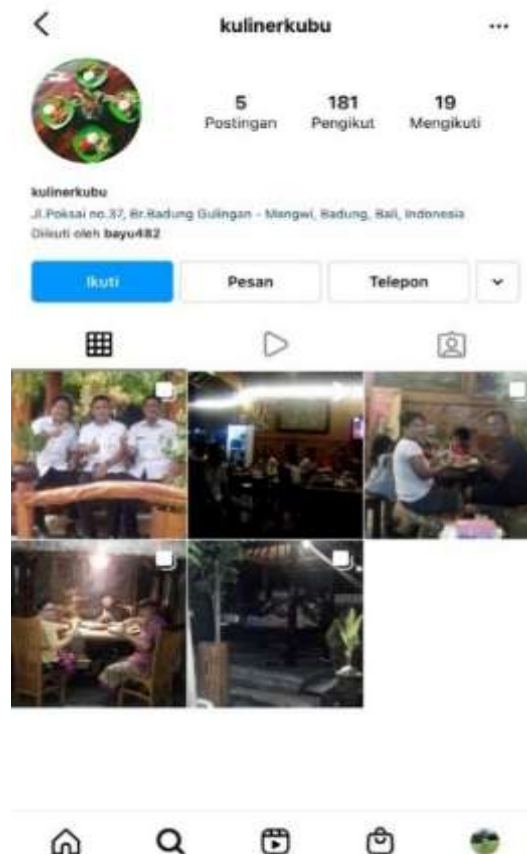
Pada tahap pelaksanaan meliputi proses pelatihan penyajian produk yang baik untuk menarik minat konsumen, dan dilanjutkan dengan pelatihan pemasaran produk dengan media online, dan yang terakhir memberi pelatihan cara menyusun pembukuan usaha secara digital melalui aplikasi buku warung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mempromosikan produk melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dll, serta edukasi mengenai pemahaman tentang penggunaan aplikasi buku kas. Sejauh ini kegiatan pengabdian masyarakat yang telah terlaksana dilakukan dengan baik dan sesuai harapan. Berikut adalah kegiatan yang dicapai selama kurang 5 minggu, yaitu:

### 1. Membuatkan konten promosi di media digital

Dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat yaitu kegiatan mempromosikan produk melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan pembuatan sosial media Instagram, facebook, sudah terlaksana serta membuatkan konten di media sosial yang bagus agar menarik minat pembeli dalam membeli produknya.

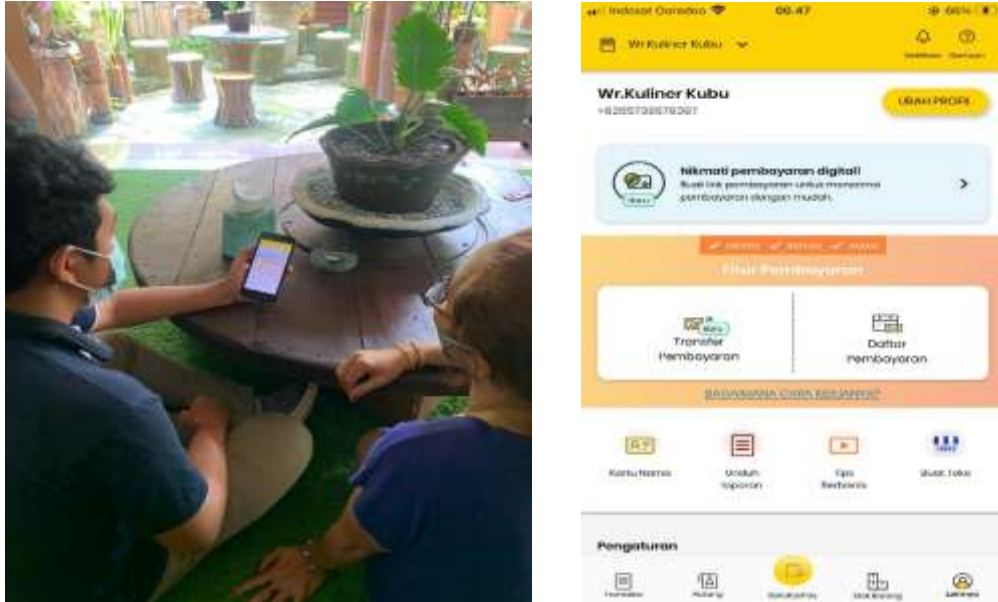


Gambar 1. Tampilan akun Instagram kulinerkubu



Gambar 2. Tampilan akun Facebook kulinerkubu

## 2. Memberikan edukasi mengenai pentingnya pembukuan transaksi.



Gambar 3. Memberikan edukasi pembukuan transaksi dengan aplikasi bukuwarung

Edukasi yang diberikan kepada pemilik wr kuliner kubu dilaksanakan selama 1 hari. Kegiatan ini diawali dengan menjelaskan pentingnya pembukuan transaksi penjualan sebagai tolak ukur keberhasilan sebuah usaha. Pengenalan menjelaskan

tentang penggunaan aplikasi pencatatn transaksi yang bernama buku kas di android.

Tabel. 1 Realisasi kegiatan

No	Jenis Proker	Spesifikasi kegiatan	Realisasi
1	Pelatihan kepada pelaku UMKM cara penyajian produk agar terlihat menarik untuk di promosikan ke media sosial agar mudah di jangkau oleh masyarakat.	Pemasaran di desa gulingan Mengwi Badung	100 %
2	Memberikan pengarahan pemasaran ke media online	Pemasaran ke media online Seperti instagram dan facebook.	100 %

**a. Faktor Pendukung**

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan dimaksud yaitu pemilik usaha UMKM yang telah mendukung penuh kegiatan ini. Pemilik sangat antusias dengan pelatihan yang diadakan dan sangat bersemangat untuk dapat menerapkan setiap program-program yang dilaksanakan. Pemilik merasa sangat puas dengan pelatihan dan sangat terbantu untuk melaksanakan promosi melalui media sosial dan melakukan pembukuan secara praktis melalui smartphone.

**b. Faktor Penghambat**

Faktor penghambat dalam kegiatan pengabdian ini yaitu kesibukan karyawan dengan pekerjaan atau kegiatan lain menghambat pelatihan. Hal ini dikarenakan jumlah karyawan yang sedikit karena dampak pandemi dilakukan pengurangan karyawan, sehingga karyawan merangkap melakukan pekerjaan. Selain itu jam kerja karyawan yang ketat yaitu 8 jam per hari, sehingga setelah selesai jam kerja karyawan langsung pulang.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Gulingan dengan mitra UMKM berupa usaha Wr. Kuliner Kubu yang menjadikan kegiatan ini berjalan cukup baik serta dengan hasil yang baik. Dalam permasalahan mitra yaitu kurangnya strategi pemasaran yang baik dan benar terhadap masyarakat sekitar, dan diberikan solusi bagaimana cara agar pemasaran dalam Pandemi Covid-19 ini dapat terlaksana dengan hasil yang maksimal, seperti menggunakan media online dan terjun langsung ke masyarakat yang menjadi target pasar dari solusi yang di berikan. Pandemi Covid-19 ini perlunya peningkatan dari solusi yang diberikan yaitu, pemilik usaha harus terus berani bersaing harga dalam mengembangkan dan menjual produk agar omset penjualan mengalami peningkatan serta lebih aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk pemasaran produk agar masyarakat sekitar maupun masyarakat luar mengetahui usaha milik kita dan produk apa yang sedang kita pasarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adieb, Maulana. 2021. *Krisis Ekonomi*. Jakarta. Diakses 26 Februari 2021  
<https://glints.com/id/lowongan/krisis-ekonomi/#.YDmcUmj7RPY>
- Amalia, Dina. 2020. *Pengertian dan Jenis UMKM di Indonesia*. Jakarta. Diakses 27 Februari 2021  
<https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-jenis-dan-perkembangan-umkm-di-indonesia/>
- Marsya, Nabila. 2020. *Buku Warung*. Jakarta Barat. Diakses 25 Februari 2021  
<https://dailysocial.id/post/pendanaan-awal-bukuwarung>
- Wisnoe, Murti. 2020. *Jumlah Korban Virus Corona di Indonesia*. Jakarta. Diakses tanggal 27 Februari 2021  
<https://m.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-jumlah-korban-virus-corona-di-indonesia.html>