

PENINGKATAN EKSISTENSI UMKM KULINER DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA DEPOT TERATAI CHINESE FOOD

Ni Luh Putu Mahendra Dewi¹⁾, Ni Wayan Gita Putri Kinanti²⁾, Dewa Gede
Agung Gana Kumara³⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: niluhputumahendradewi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pada masa pandemi covid - 19 yang sedang melanda dunia ini mengakibatkan banyak permasalahan terhadap segala sektor yang ada, salah satunya adalah sektor ekonomi. Banyak usaha yang mengalami penurunan omset usaha dan bahkan tidak sedikit usaha yang harus beralih jenis usaha atau bahkan harus gulung tikar karena situasi dari masa pandemi covid-19 ini. Pembatasan kegiatan sosial membuat UMKM sulit untuk bergerak mengembangkan skala usaha jika hanya memanfaatkan metode konvensional. Depot Teratai Chinese Food merupakan salah satu UMKM di bidang kuliner Chinese yang turut merasakan dampak pandemi Covid – 19. Berlokasi di Jalan Trengguli No. 49, Desa Tambawu, Kelurahan Penatih, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Provinsi Bali. UMKM ini dihadapkan dengan permasalahan yaitu belum terlalu dikena serta kurangnya kesadaran karyawan untuk mentaati protokol kesehatan Sehingga untuk membantu mengatasi permasalahan tersebut maka salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM adalah dengan melakukan optimalisasi *digital marketing*

Kata Kunci: Covid -19, UMKM, Sosial Media

ANALISIS SITUASI

Pandemi global Covid-19 yang mewabah disemua negara dunia sudah banyak mempengaruhi semua sektor kehidupan masyarakat. Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berada di garis terdepan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 (Thaha, 2020). Provinsi Bali merupakan salah satu daerah yang memiliki peran penting dalam menumbuhkan pariwisata dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Kontribusi sektor UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi Provinsi Bali sangat besar. UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional (Darwanto, 2013). UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif dan bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana (Utami, 2021). UMKM umumnya adalah perusahaan perorangan, contohnya restoran lokal, warung, pengusaha konstruksi lokal, laundry, dan toko pakaian lokal. Lalu, ada juga namanya usaha musiman yang artinya usaha tersebut bergantung pada musim

tertentu. Desa Tambawu memiliki UMKM yang terjun di bidang kuliner yaitu Depot Teratai Chinese Food. Pada saat ini juga terdampak Pandemi Covid-19 hingga mengalami penurunan penjualan. Depot Teratai Chinese Food merupakan rumah makan yang menyediakan Chinese food, sea food dan Indonesian food serta aneka olahan mie. Depot Teratai Chinese Food berdiri sejak tanggal 10 Juli 2010 yang terletak di Jalan Trengguli No. 49, Desa Tambawu, Kelurahan Penatih, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Provinsi Bali.

Sebelum terjadinya pandemi Covid – 19, Depot Teratai Chinese Food biasanya ramai dikunjungi untuk makan siang maupun makan malam. UMKM ini mepekerjakan masyarakat lokal guna mempersempit pengangguran yang ada di Desa Tambawu. Namun, karena adanya pandemi Covid – 19 ini menyebabkan penurunan penjualan. Letak Depot Teratai Chinese Food yang strategis yakni di pusat kota, juga menjadi salah satu daya tarik dari Warung Laksmi sehingga lebih dekat dengan masyarakat sekitar.

PERUMUSAN MASALAH

1. Aspek eksistensi, dimana masyarakat belum banyak yang mengetahui keberadaan Depot Teratai Chinese Food karena berhubung baru berpindah lokasi.
2. Pada aspek konsumsi dan daya beli masyarakat, sebagian besar masyarakat sangat berhati-hati mengatur pengeluaran keuangannya karena ketidakpastian kapan pandemi ini akan berakhir. Hal ini menyebabkan turunnya daya beli masyarakat akan barang – barang konsumtif dan memberikan tekanan pada sisi produsen dan penjual.
3. Kurangnya penerapan protokol kesehatan pada tempat UMKM (karyawan dan konsumen sering melepas maskernya saat berbicara dan tidak adanya lokasi cuci tangan atau hand sanitizer sebelum memasuki kawasan rumah makan).

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Pembuatan dan sosialisasi tentang cara mempromosikan makanan melalui *social media* (Instagram dan Tiktok).
2. Pelatihan mengenai pengaruh Influencer Kuliner dalam mempromosikan makanan yang dijual di Depot Teratai Chinese Food.
3. Sosialisasi dan pendampingan tentang penerapan protokol kesehatan dalam proses kegiatan jual beli di Depot Teratai Chinese Food.

METODE PELAKSANAAN

1. Metode Pelatihan

Metode ini merupakan metode yang digunakan untuk memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM. Pada saat pelaksanaan program, pelaku UMKM mempraktikkan langsung cara menggunakan social media untuk mempromosikan makanan yang dijual.

2. Metode Praktik

Metode Praktik berhubungan langsung dengan tindakan ditempat, seperti penerapan protokol kesehatan yang melibatkan pelaku UMKM dan masyarakat guna meningkatkan penyebaran Covid-19.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini di dilaksanakan di Depot Teratai Chinese Food selama 5 minggu. Hasil observasi menunjukkan adanya beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM ini yaitu aspek eksistensi, dimana masyarakat belum banyak yang mengetahui keberadaan Depot Teratai Chinese Food karena berhubung baru berpindah lokasi, Sedangkan pada aspek konsumsi dan daya beli masyarakat, sebagian besar masyarakat sangat berhati-hati mengatur pengeluaran keuangannya karena ketidakpastian kapan pandemi ini akan berakhir. Hal ini menyebabkan turunnya daya beli masyarakat akan barang – barang konsumtif dan memberikan tekanan pada sisi produsen dan penjual, dan juga kurangnya penerapan protokol kesehatan pada tempat UMKM (karyawan dan konsumen sering melepas maskernya saat berbicara dan tidak adanya lokasi cuci tangan atau *hand sanitizer* pada rumah makan tersebut). Observasi yang dilakukan seperti tertera pada Gambar 1

Maka dari itu solusi yang berikan adalah berupa pembuatan dan sosialisasi tentang cara mempromosikan makanan melalui social media (*Instagram* dan *Tiktok*), pelatihan mengenai pengaruh *Influencer* Kuliner dalam mempromosikan makanan yang dijual di Depot Teratai Chinese Food, dan sosialisasi dan pendampingan tentang penerapan protokol kesehatan dalam proses kegiatan jual beli di Depot Teratai Chinese Food.



Gambar 1. Observasi lapangan ke Pelaku UMKM Depot Teratai Chinese Food

Pembuatan dan sosialisasi tentang cara mempromosikan makanan melalui *social media* (*Instagram* dan *Tiktok*) diawali dengan pembuatan akun social media *Instagram* dan *Tiktok* Depot Teratai Chinese Food. Pembuatan social media tertera pada Gambar 2

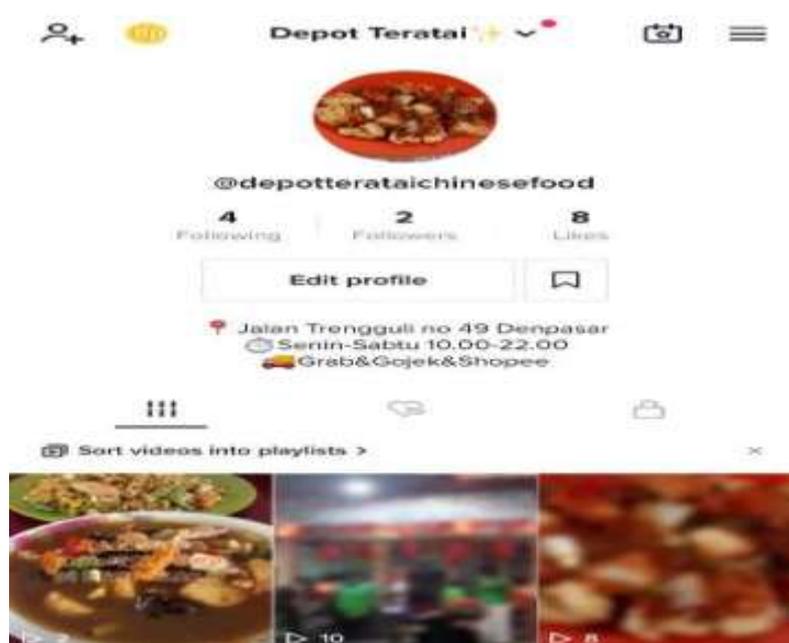


Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Sosial Media

Sosial media ini akan digunakan sebagai media untuk mempromosikan atau memasarkan produk/makanan yang dijual. Kemudian dilanjutkan dengan Sosialisasi mengenai bagaimana caranya mempromosikan produk melalui akun 50social media tersebut. Supaya kedepannya setelah kegiatan ini berakhir, Depot Teratai Chinese Food akan tetap bisa memperluas pemasarannya. Seperti yang kita sudah ketahui media sosial mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan daya jangkau yang luar biasa dibandingkan dengan media manapun. Menurut Ardianti dan Lubis (2020), media sosial yang menempati urutan pertama adalah Facebook sebesar 50,7 persen, lalu Instagram diurutan kedua sebesar 17,8 persen sebagai media yang paling sering. Karena itulah penting bagi mitra untuk mengembangkan media promosi yang dimiliki untuk menambah penghasilan mitra.



Gambar 3 Tampilan 50social media Instagram Depot Teratai



Gambar 4. Tampilan 506social media TIKTOK Depot Teratai

Pelatihan mengenai pengaruh Influencer Kuliner dalam mempromosikan makanan yang dijual di Depot Teratai Chinese Food. Saat ini sudah banyak terdapat influencer-influencer di media sosial yang sering dijadikan acuan oleh konsumen dalam membeli sesuatu. Dengan mempromosikan produk melalui influencer, maka produk kita akan diketahui oleh followers influencer tersebut dan tidak sedikit followers tersebut menjadi pembeli apalagi video-video yang diupload oleh influencer tersebut dibuat sangat menarik. Dalam kegiatan kali ini, penulis melibatkan Influencer khususnya Influencer kuliner yaitu Kuliner Denpasar yang dengan followers tiktok sebanyak 110.000 orang di Instagram dan 1800 orang di tiktok. Diharapkan dengan promosi melalui influencer ini dapat lebih memperluas jangkauan dan dapat menjaring konsumen bukan hanya dari sekitaran lokasi pelaku UMKM.



Gambar 5 Pelatihan Pengaruh Influencer Kuliner Kegiatan Promosi

Sosialisasi dan pendampingan tentang penerapan protokol kesehatan dalam proses kegiatan jual beli di Depot Teratai Chinese Food. Melihat permasalahan yang terjadi di lingkungan UMKM yaitu masih minimnya penerapan protokol kesehatan pada tempat UMKM maka penulis memandang perlu untuk melakukan sosialisasi dan pendampingan tentang protokol kesehatan. Kegiatan ini diawali dengan memberikan sosialisasi mengenai cara pencegahan penyebaran virus Covid-19 dengan menerapkan 5M yaitu: 1) Mencuci tangan/ menggunakan hand sanitizer, 2) Memakai masker, 3) Menjaga jarak, 4) Menjauhi kerumunan, 5) Mengurangi mobilitas. Kemudian dilanjutkan dengan pendampingan kepada konsumen yang datang untuk memakai hand sanitizer yang sudah disediakan. Dengan adanya pendampingan dan sosialisasi mengenai penerapan protokol kesehatan, diharapkan dapat mengurangi penyebaran virus Covid-19 dan juga agar konsumen atau pengunjung yang datang merasa aman dan nyaman.



Gambar 6. Pendampingan tentang penerapan protokol kesehatan

Dalam Kegiatan ini, dilakukan pula pembagian kuisisioner untuk mengetahui kemampuan dari para karyawan Depot Teratai tentang program kerja yang sudah dijalankan. Adapun rekapitulasi hasil kuisisioner UMKM Depot Teratai Chinese Food seperti tertera pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Terhadap Karyawan Depot Teratai

No	Kuisisioner	Jumlah Responden (n)	Persentase Jawaban		Hasil Perbandingan
			Sebelum	Sesudah	
1	Apakah anda mengetahui kegunaan dari <i>social media</i> ?	5	40%	100%	+60%
2	Apakah anda mengetahui apa saja jenis – jenis dari <i>social media</i> ?	5	60%	100%	+40%

**PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR**

"Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : Bangkit dan Tumbuh Bersama"

Vol.1, No.1 tahun 2022

e-ISSN: xxxx & p-ISSN: xxxx, halaman 502-510

3	Apakah anda mengetahui cara menggunakan <i>social media</i> untuk pemasaran produk ?	5	40%	100%	+60%
4	Apakah <i>social media</i> penting dalam pemasaran produk ?	5	60%	100%	+40%
5	Apakah anda tertarik menggunakan <i>social media</i> untuk membantu memasarkan produk ?	5	60%	100%	+40%
6	Apakah anda mengetahui apa itu influencer kuliner ?	5	40%	100%	+60%
7	Apakah anda mengetahui pengaruh influencer kuliner dalam promosi produk ?	5	40%	100%	+60%
8	Apakah anda tertarik menggunakan jasa influencer kuliner ?	5	20%	100%	+80%
9	Apakah anda mengetahui apa saja protocol kesehatan yang dianjurkan pemerintah ?	5	60%	100%	+40%
10	Apakah anda menerapkan protokol kesehatan yang baik dan benar ?	5	40%	100%	+60%

Berdasarkan tabel rekapitulasi kuesioner diatas, maka tanggapan responden terhadap pertanyaan kuesioner pertama terjadi peningkatan 60%, pertanyaan kedua terjadi peningkatan 40%, pertanyaan ketiga terjadi peningkatan 60%, pertanyaan keempat terjadi peningkatan 40%, pertanyaan kelima terjadi peningkatan 40%, pertanyaan keenam terjadi peningkatan 60 %, pertanyaan ketujuh terjadi peningkatan

60%, pertanyaan kedelapan terjadi peningkatan 80%, pertanyaan kesembilan terjadi peningkatan 40 %, dan pertanyaan kesepuluh terjadi peningkatan 60%. Hal ini membuktikan bahwa kegiatan penyuluhan berjalan dengan baik dan lancar.

Ketercapaian Kegiatan

Setelah dijalankannya program kerja pada Depot Teratai Chinese Food, maka dapat dilihat peningkatan – peningkatan yang dialami mitra. Adapun peningkatan yang dimaksud adalah Pelaku UMKM kini memiliki akun social media yang dapat mereka gunakan dalam mempromosikan makanan yang dijual, Pelaku UMKM mampu meningkatkan penjualan produk mereka dengan jangkauan yang lebih luas dengan mempromosikan makanan yang dijual dengan social media dan influencer kuliner, Pelaku UMKM sudah semakin sadar dengan adanya protocol kesehatan yang akan dapat mencegah penyebaran Covid-19 di Lingkungan Depot Teratai Chinese Food. Adapun Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Kegiatan ini yaitu faktor pendukung keberhasilan dalam kegiatan ini yaitu Pelaku UMKM yang bersedia diwawancarai dan mendukung penuh pelaksanaan kegiatan ini, Aplikasi Intagram dan Tiktok sebagai media pemasaran online, Masyarakat saat ini yang cenderung menggunakan social media, dan Kuliner Denpasar sebagai Influencer Kuliner. Selain itu, terdapat pula faktor penghambat dari kegiatan ini yaitu jadwal influencer kuliner yang padat sehingga menyebabkan agak sulit untuk menentukan jadwal site visit.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar di Desa Tambawu, Kecamatan Denpasar Timur secara umum terlaksana dengan baik. Kesimpulan yang didapat dari pelaksanaan program ini adalah Kegiatan pelatihan penggunaan *social media* dalam mempromosikan makanan yang dijual di Depot Teratai Chinese Food sangat diperlukan dimasa pandemi ini untuk meningkatkan omset penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran. Dengan program kerja yang dilakukan sedemikian rupa yaitu : pembuatan dan sosialisasi tentang cara mempromosikan makanan melalui social media (Instagram dan Tiktok), pelatihan mengenai pengaruh Influencer Kuliner dalam mempromosikan makanan yang dijual di Depot Teratai Chinese Food, dan sosialisasi dan pendampingan tentang penerapan protokol kesehatan dalam proses kegiatan jual beli di Depot Teratai Chinese Food. Program kerja tersebut dapat diterima dengan baik oleh pelaku UMKM dan terdapat peningkatan dalam penjualan pada UMKM tersebut. Selain itu, pelaku UMKM juga sudah memahami pentingnya penggunaan *social media* (Instagram dan Tiktok) serta *Influencer Kuliner* untuk mempromosikan Depot Teratai Chinese Food. Pelaku UMKM juga lebih memahami pentingnya protocol kesehatan guna meminimalisir penyebaran Covid-19 di lingkungan UMKM.

Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar telah terealisasi 100%. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan

kepada pelaku UMKM Depot Teratai Chinese Food untuk selalu melakukan promosi di *social media* dan Influence Kuliner agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Selanjutnya, diharapkan pelaku UMKM ini selalu mementingkan protocol kesehatan agar Covid-19 segera menghilang dan kehidupan kembali seperti semula. Kegiatan ini diharapkan dapat diterapkan secara berkelanjutan kepada UMKM lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, F., dan Lubis, D. P. 2020. Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Malasari, Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor *The Effectiveness of Instagram as a Promotion Media of Malasari Tourism Village, Nanggung, Bogor District. Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 4(6), 796-809.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., dan Muda, I. 2020. Dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212-224.
- Raharja, S. U. J., dan Natari, S. U. 2021. Pengembangan Usaha UMKM di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108-132.
- Thaha, Abdurrahman Firdaus. "Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia." *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran* 2.1 (2020): 147-153.
- Untari, D., dan Fajariana, D. E. 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278.