

**MANAJEMEN UMKM BANDENG PRESTO DI TENGAH
PANDEMI COVID-19 DI DESA SEGARAN KECAMATAN
BATUJAYA KABUPATEN KARAWANG**

Asep jamaludin¹ , wanta² , asep darojatul romli³ , sihabudin⁴
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen UBP Karawang
asepjamaludin@ubpkarawang1, wanta@ubpkarawang2, asep.dj@ubpkarawang.ac.id³,
sihabudin@mhs.ubpkarawang.ac.id⁴

Ringkasan

Penyebaran COVID-19 yang melanda Indonesia secara langsung berdampak negatif terhadap pelaku usaha mikro di Indonesia khususnya di Desa Segaran, Kecamatan Batujaya Kabupaten Karawang . Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) oleh pemerintah baik pusat maupun daerah secara signifikan mengurangi akses konsumen ke para pelaku usaha mikro tersebut. Selain dampak pandemi COVID-19, menurut survey lapangan yang dilakukan ada beberapa kekurangan pada proses pemasaran hasil UMKM bandeng presto. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan hasil penjualan produk di tengah-tengah situasi pandemi COVID-19. Pengabdian ini dilakukan melalui kegiatan membantu UMKM meliputi pembuatan dan pelatihan penggunaan media sosial dalam penjualan produk serta memberi masukan jenis kemasan agar produk UMKM lebih menarik dan dapat dikenal oleh banyak orang. 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: COVID-19,UMKM

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang melanda seluruh dunia sejak Desember 2019 hingga kini masih berlangsung. Di beberapa negara, kurva korban positif terinfeksi virus korona mulai melandai (seperti di Australia, Vietnam, dan Selandia Baru), sementara di beberapa negara lainnya kurva korban justru belum mencapai puncaknya (seperti di Amerika Serikat dan Indonesia) (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). 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 COVID-19 karena jenis usaha ini sangat bergantung pada perputaran uang hasil penjualan barang dagangan (Pakpahan 2020).

Berdasarkan data dari Kemenkop UKM, para pelaku UMKM mengeluhkan berbagai hal akibat merebaknya wabah virus korona ini. Keluhan-keluhan tersebut terutama menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan penjualan yang menurun, kesulitan mendapatkan bahan baku, kesulitan permodalan, hingga produksi menjadi terhambat (Reswari 2020). Jika penyebaran virus korona dan dampaknya tak ditangani secara cepat, sektor UMKM dikhawatirkan akan terpuruk., pemerintah melakukan tindakan tepat dengan merelokasikan anggaran dan refocusing kebijakan guna memberikan insentif ekonomi bagi pelaku UMKM dan sektor informal. Dalam kaitan ini, pemerintah menyampaikan bahwa nasabah usaha mikro dan usaha kecil akan diberikan penundaan cicilan sampai satu tahun sekaligus penurunan bunga (Kurniati 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. Berikut adalah Langkah solutif yang bisa diterapkan oleh para pelaku usaha dalam menghadapi kondisi pasar yang sulit sekarang ini menurut SIRCLO (2020) yaitu mengatur cashflow dengan baik, berempati dan menjaga komunikasi, pengaturan karyawan, memanfaatkan layanan perbankan, atau yang paling memungkinkan yaitu dengan menjalankan strategi marketing yang baru.

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.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka bagaimana agar kegiatan usaha khususnya UMKM di Kecamatan Batujaya Desa Karyamakmur agar tetap menghasilkan nilai ekonomi ditengah kondisi pandemi COVID-19. Untuk itu dalam mempertahankan ekonomi UMKM yang ada di Kecamatan Batujaya, Desa Karyamakmur perlu menjadi perhatian penting ditengah gejolak dunia usaha akibat wabah COVID-19 yaitu dapat dengan cara penggunaan media jejaring sosial sebagai media pemasaran, dimana pemanfaatan ini menjadi potensi yang menjanjikan di tengah keterbatasan akses dan aturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM)

METODE

Kegiatan ini merupakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dalam pelaksanaannya terdiri dari dosen bersama mahasiswa pada bulan juli 2021. Pelaksanaan kegiatan ini ditujukan untuk mitra binaan dengan nama usaha Bandeng Presto Ibu Sopiah yang bertempat usaha di Kecamatan Batujaya Desa Segaran. Bandeng Presto Ibu Sopiah sebagai mitra binaan merupakan usaha mikro yang bergerak dalam bidang produk makanan kuliner nusantara dan makanan berbahan dasar ikan . Pemilik usaha ini adalah Ibu Sopiah, dimana keberadaan usaha ini berfokus pada pemenuhan kebutuhan hidup pemilik usaha dan selama ini dijalankan secara konvensional walaupun usaha sudah berjalan dalam waktu lama. Terdapat empat tahap rencana kerja dalam kegiatan pengabdian ini. Tahap pertama yaitu wawancara dan analisis situasi mitra, tahap kedua adalah sosialisasi kegiatan kepada mitra, tahap ketiga adalah pelatihan pemanfaatan digital marketing, dan tahap keempat adalah usulan kemasan yang bisa menaikkan harga produk sekaligus bertujuan agar lebih menarik dan dikenal oleh pasar. Prosedur kerja kegiatan pengabdian ini dapat digambarkan seperti rencana kegiatan yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Wawancara dan analisis situasi dilakukan untuk mengetahui pokok permasalahan yang dihadapi mitra sehingga dapat dirumuskan solusi yang tepat. Kegiatan sosialisasi memiliki tujuan untuk menyamakan persepsi tujuan kegiatan antara pelaksana pengabdian dan mitra. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan memberikan informasi kepada mitra tentang kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan. Memberikan pemahaman kepada mitra tentang latar belakang kegiatan dan tujuan kegiatan. Sosialisasi diberikan oleh tim pengusul yang melibatkan pemilik UMKM dengan cara duduk bersama. Dokumentasi kegiatan ini berupa foto kegiatan sosialisasi dan video dibantu oleh tim mahasiswa. Pelatihan pemanfaatan digital marketing merupakan sebuah usaha memasarkan produk dengan menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik marketing dan media digital bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk dan membina hubungan dengan pelanggan. Pengenalan tentang pentingnya kemasan dalam

produk. Pelatihan diberikan kepada pemilik UMKM dengan metode ceramah dan praktek langsung. Dokumentasi kegiatan berupa foto dan video dibantu oleh mahasiswa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada UMKM Bandeng Presto dilakukan dalam beberapa tahap sesuai dengan rencana kegiatan. Terdapat empat tahap kegiatan dalam pengabdian ini yaitu tahap pertama adalah wawancara dan analisis situasi mitra, tahap kedua adalah sosialisasi kegiatan kepada mitra, tahap ketiga adalah pelatihan pemasaran online, dan tahap keempat adalah monitoring dan evaluasi kegiatan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian.

a. Kegiatan Wawancara dan Analisis situasi Berdasarkan hasil wawancara dan berkunjung langsung ke tempat mitra, diperoleh informasi bahwa permintaan untuk penjualan menurun dan semenjak diterapkan pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) oleh pemerintah. Hal ini dikarenakan kurang akses konsumen untuk membeli produk oleh mitra, sementara selama ini pemasaran hanya dilakukan dengan menunggu konsumen melakukan pesanan atau rekomendasi dari para pembeli yang sudah berlangganan. Selain itu, pada saat wawancara mitra tidak dapat menyebutkan dengan pasti keuntungan dan kerugian setiap bulannya, mitra hanya mampu memperkirakan saja keuntungan setiap bulannya. Hal ini dikarenakan pengelolaan keuangan tidak dilakukan dengan baik. Hasil analisis situasi yang dilakukan, permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra yaitu pemasaran produk hanya dilakukan melalui berita dari mulut ke mulut tanpa memanfaatkan teknologi internet, sehingga kurang maksimal menjaring konsumen. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, solusi yang dapat ditawarkan adalah melalui pelatihan pemanfaatan digital marketing untuk mengetahui teknik-teknik memanfaatkan teknologi internet dan media elektronik untuk memperluas pemasaran suatu produk atau brand dan meningkatkan pendapatan mitra melalui digital marketing dengan memanfaatkan media jejaring sosial whatsapp dan instagram.

b. Kegiatan Sosialisasi Kegiatan sosialisasi dilakukan pada minggu kedua bulan Juli 2021. Materi sosialisasi diberikan oleh perwakilan mahasiswa dimana sosialisasi dilakukan dengan pemilik usaha yaitu Ibu Sopiah untuk menyampaikan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat telah diterima. Pada pertemuan tersebut telah disampaikan informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan. Indikator indikator tersebut memiliki satu

tujuan prinsip, yaitu meningkatkan kesejahteraan mitra serta meningkatkan pengetahuan mitra dalam memasarkan produk secara online. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan cara diskusi dan tanya jawab.

c. Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing dan Pengenalan produk dalam kemasan, pemanfaatan digital marketing dengan menggunakan whatsapp online dilakukan beberapa kali dalam selama bulan Juli 2021. Kegiatan ini diikuti oleh pemilik. Materi pemasaran online, Pengenalan kemasan bertujuan agar pembeli dapat lebih mengenal usaha yang dimiliki Ibu Sopiah, produk kemasan dibuat menarik, selain itu juga dalam kemasan mencantumkan No Whatsaap Ibu Sopiah untuk media promosi, contoh kemasan ada pada

Tabel 1. Luaran hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan UMKM Kedai Azuma.

Kegiatan	Luaran Kegiatan	Manfaat bagi Mitra
Analisis situasi	Informasi terkait kendala yang dihadapi dan kebutuhan	-

	mitra	
Sosialisasi	Materi sosialisasi	pengenalan mengenai digital marketing
Pelatihan digital marketing	whatsapp	Promosi produk mitra melalui jejaring media social
Penerapan kemasan Produk	Pengenalan kemasan sebagai media promosi	Diharapkan Peningkatan akses konsumen dan peningkatan penghasilan

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Masa Pandemi sangat berdampak kepada pelaku usaha hal itu ditunjukkan dengan berkurangnya pendapatan yang di dapat
2. Masih kurang meleknya pelaku usaha UMKM terhadap manfaat dari media elektronik dalam pemanfaat sebagai media promosi
3. Kegiatan KKN ini sangat bermanfaat bagi masyarakat karena dapat memberi solusi permasalahan yang sedang terjadi, selain itu kegiatan UMKM juga bermanfaat bagi masyarakat sebagai media pembelajaran

DAFTAR PUSTAKA

Kurniati D. 2020. Efek Corona, Jokowi Beri Kelonggaran Cicilan Kredit Hingga 1 Tahun.

DDTC News

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

Restari DMI. 2020. Pandemi Corona, Ini 5 Keluhan Para Pelaku Bisnis UMKM. Jurnal Entrepreneur.

Ryan D, Page CJK. 2009. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. Journal of Direct, Data and Digital Marketing

SIRCLO. 2020. Strategi Mempertahankan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19.

Sohrabi C, Alsafi Z, O'Neill N, Khan M, Kerwan A, Al-Jabir A, Iosifidis C, Agha R. 2020.
World Health Organization declares global emergency: A review of the 2019 novel
coronavirus (COVID-19).