



Analisis Dampak Wabah Covid-19 Terhadap Ekonomi UMKM Oleh-Oleh di Sei Enam, Kijang - Bintan

Ahmad Chuzairi, M.Si^{1*}, Kamaruzaman, M.M², M. Alfian Sidik, M.Hum³, Aulia Rahman, M.E.I⁴,
Ratna Susanti, M.H⁵

^{1,2,3,4,5}STAIN Sultan Abdurrahman, Bintan, Kepri, 29151, Indonesia

*mbs@stainkepri.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.35961/jppmkepri.v1i1.171>

Abstrak

Hasil identifikasi yang dilakukan tentang dampak COVID-19, secara signifikan memberi dampak ekonomi yang sangat besar bagi pelaku UMKM Oleh-Oleh di Sei Enam, Kijang-Bintan. Penurunan penjualan yang terjadi hingga 75 persen, begitu pula dengan pendapatan. Selain itu, dampak pengurangan jumlah tenaga kerja rata-rata mencapai 4 orang per UMKM. Tim pengabdian, melakukan upaya untuk membantu UMKM bertahan pada masa pandemi COVID-19 melalui Sosialisasi peningkatan pengetahuan tentang COVID-19; Sosialisasi cara pencegahannya seperti *physical distancing* (jaga jarak), penggunaan APD (alat pelindung diri) dan strategi pemasaran yang dapat dilakukan di masa pandemi, seperti usulan pengoptimalan penggunaan layanan konsumen berupa *delivery order online*, *take away* dan *direct selling*. Adapun upaya lainnya yaitu mengajak pelaku UMKM untuk sama-sama berpartisipasi dalam menyeru dan mengkampanyekan pelaksanaan protokoler kesehatan untuk pencegahan penyebaran COVID-19 baik kepada keluarga, masyarakat maupun konsumen dilingkungan sekitar.

Kata kunci: Covid-19, Dampak, Pemasaran, Pencegahan, Partisipasi.

Abstract

The results of identification carried out on the impact of COVID-19, significantly gave a very large economic impact for the SMEs of souvenirs in Sei Enam, Kijang - Bintan. Sales decreased by 75 percent, as did revenue. In addition, the impact of reducing the number of workers on average reaches 4 people per SMEs. The dedication team, made efforts to help SMEs survive the COVID-19 pandemic through the socialization of increasing knowledge about COVID-19; Socialization of prevention methods such as physical distancing, the use of PPE (personal protective equipment) and proposed marketing strategies that can be carried out during a pandemic, such as the delivery order, take away and direct selling. The other effort is to pursue SMEs to participate in calling and campaigning for the implementation of health protocols to prevent the spread of COVID-19 to families, community and costumers around.

Keywords: COVID-19, Impact, Marketing, Prevention, Participation.

Pendahuluan

Penyakit yang disebabkan oleh Virus Corona atau yang lebih dikenal dengan nama COVID-19, telah ditetapkan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menjadi wabah dunia. Ancaman virus ini bermula dari daerah Wuhan, Ibukota Hubei, Republik Rakyat Tiongkok akhir tahun 2019. Kemudian menyebar ke

berbagai negara hingga 114 Negara sejak awal tahun 2020 hingga saat ini¹. Di Indonesia, laporan pertama kasus positif terinfeksi *COVID-19* ini diterima pada Maret 2020, dan hingga saat ini jumlah kasus masih terus bertambah.

Berbagai kebijakan telah dilakukan oleh Pemerintah dalam penanganan wabah *COVID-19* ini, mulai dari memberikan pelayanan kesehatan bagi pasien yang terinfeksi, dan memberikan himbauan, menerbitkan peraturan dan lain sebagainya dalam rangka mengurangi penyebaran *COVID-19*. Himbauan diantaranya berupa menjaga kebersihan, pola hidup sehat, memakai masker, rajin mencuci tangan, *social distancing* (jaga jarak sosial), *physical distancing* (jaga jarak fisik), PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dengan berbagai ketentuan yang mengikat. Pembatasan terjadi bagi semua kalangan sosial, pendidikan dan dunia kerja misalnya anjuran *Work From Home* (WFH), pembatasan kegiatan peribadatan di tempat-tempat umum, pembatasan kegiatan-kegiatan sosial di tempat umum, pembatasan sarana transportasi, dan pembatasan kegiatan lainnya yang dapat mengakibatkan penularan virus *COVID-19*².

Pembatasan telah menimbulkan banyak dampak bagi masyarakat, mulai dari dampak kesehatan itu sendiri, sosial, politik, dan yang paling berdampak adalah pada ekonomi masyarakat. Terjadi krisis ekonomi di hampir semua kalangan masyarakat, kecuali bagi masyarakat tertentu, bagi kalangan pengusaha besar yang mampu bertahan atau justru dapat merespon krisis *COVID-19* dengan membuat bisnis baru. Namun tidak bagi pelaku UMKM yang usahanya mengandalkan dari keramaian sosial, cenderung berdampak buruk pada ekonomi. Bahkan mempertaruhkan kesehatan diri mereka demi keberlangsungan ekonomi keluarga, apabila tetap berjualan sedangkan *COVID-19* ini masih terus menyebar³.

Dinamika sosial dan ekonomi karena dampak merebaknya *COVID-19* yang sedang berlangsung dikalangan masyarakat terutama para pelaku usaha kecil, membuat kita sebagai sesama warga negara Indonesia merasa terenyuh dan berempati, untuk melaksanakan kegiatan pengabdian yang dapat memberikan bantuan terhadap masyarakat yang berdampak secara ekonomi⁴.

Penelitian yang telah dilaksanakan adalah pada analisis dampak ekonomi UMKM karena wabah *COVID-19* ini, yang akan difokuskan di wilayah Provinsi Kepulauan Riau, yaitu pada UMKM Oleh-Oleh di Sei Enam, Kijang-Bintan. Adapun setelah dilakukan penelitian, dari data tersebut dapat dilakukan pemetaan tentang kegiatan yang akan dilakukan untuk pengabdian kepada masyarakat dengan mengajak beberapa *stakeholders*. Adapun objektif dalam pengabdian kepada masyarakat kali ini yaitu mengidentifikasi dampak, menemukan upaya-upaya untuk bertahan, dan mengajak pelaku UMKM di Sei. Enam, Kijang-Bintan berpartisipasi dalam upaya pencegahan penyebaran pandemi *COVID-19* di Kepulauan Riau.

Metode

Metodologi pengabdian masyarakat dengan judul “*Analisis Dampak Wabah COVID-19 Terhadap Ekonomi UMKM Oleh-Oleh di Sei Enam, Kijang - Bintan*” menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR). PAR merupakan metode pengabdian yang berbasis penelitian yang dilaksanakan secara partisipatif diantara pelaku ekonomi yang terkena dampak wabah *COVID-19* terutama Pelaku UMKM Oleh-Oleh di Sei Enam, Kijang-Bintan yang senantiasa memiliki optimistis dan harapan untuk mendapatkan perubahan situasi seperti sebelum wabah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini akan mendorong

¹ Suppawittaya. P., Pakara. Y., and Pratchayapong. Y., 2020, *Effects of Social Distancing , Self-Quarantine and Self-Isolation during the COVID-19 Pandemic on People’s Well-Being and How to Cope with It*, International Journal of Science and Healthcare Research, Vol.5.2, Page.12–20.

² Tim Kemenkes, 2020, *Pedoman Pencegahan Dan Pengendalian COVID-19*, Dokumen Resmi, Dirjen. Pencegahan Dan Pengendalian Pencegahan Penyakit, Revisi ke-2, Jakarta.

³ WHO, 2020, *Penggunaan Rasional Alat Perlindungan Diri Untuk Penyakit Coronavirus (COVID-19) Dan Pertimbangan Jika Ketersediaan Sangat Terbatas*, Panduan Sementara, WHO.

⁴ Tim Kementerian Keuangan RI, 2020, *Siaran Pers Pemerintah Waspada Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia*, ww.kemenkeu.go.id diakses 10 Juni 2020.

terjadinya aksi-aksi transformatif dalam melakukan tindakan ekonomi dan pencegahan dari dampak wabah tersebut.

Ada 3 (tiga) pilar utama dalam metode ini yaitu: *metodologi penelitian* (untuk mengetahui dampak ekonomi masyarakat), *dimensi aksi* (upaya transformasi usaha untuk bertahan dan pencegahan ditengah pandemi), dan *dimensi partisipatif* (melibatkan peran serta pelaku usaha/ekonomi dalam pencegahan wabah). Pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan dengan mengacu pada metode penelitian yang akan menganalisis dampak ekonomi pelaku usaha/ekonomi mikro masyarakat dari wabah COVID-19 dan akan mendorong aksi-aksi untuk usaha bertahan dan mencegah penularan ditengah wabah serta upaya meningkatkan peran serta (*participatory*) pelaku usaha/ekonomi mikro masyarakat dalam pencegahan wabah COVID-19 di Kepulauan Riau⁵.

Di dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan metode PAR, peneliti akan melebur dalam kegiatan analisis dan upaya pecegahan penularan wabah COVID-19 bersama pelaku UMKM dengan tetap mengedepankan *social distancing* (jaga jarak) dan menggunakan alat pelindung diri (APD). Kegiatan ini akan berupaya untuk membantu kelompok pelaku UMKM Oleh-Oleh di Sei Enam, Kijang yang sedang menghadapi situasi sulit, terkena dampak ekonomi dan mengalami kerugian akibat wabah tersebut. Selain itu, kegiatan ini tidak berhenti pada publikasi hasil penelitian dan penyampaian rekomendasi untuk keperluan kajian berikutnya, melainkan berupaya untuk menciptakan perubahan situasi, peningkatan pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha mikro untuk mengatasi dampak ekonomi dan menekan penyebaran wabah.

Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini, penulis menyampaikan hasil penelitiannya. Poin-poin yang disampaikan pada bagian ini lebih ditekankan pada kesimpulan-kesimpulan saintifik yang didapatkan dari pada menyampaikan deskripsi yang sangat detail dari segudang data yang dimiliki.

Bagian ini merupakan bagian utama artikel hasil penelitian dan biasanya merupakan bagian terpanjang dari suatu artikel. Hasil penelitian yang disajikan dalam bagian ini adalah hasil “bersih”. Proses analisis data seperti perhitungan statistik dan proses pengujian hipotesis tidak perlu disajikan. Hanya hasil analisis dan hasil pengujian hipotesis saja yang perlu dilaporkan. Tabel dan grafik dapat digunakan untuk memperjelas penyajian hasil penelitian secara verbal. Tabel dan grafik harus diberi komentar atau dibahas.

Untuk penelitian kualitatif, bagian hasil memuat bagian-bagian rinci dalam bentuk sub topik-sub topik yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian dan kategori-kategori.

Pembahasan dalam artikel bertujuan untuk: (1) menjawab rumusan masalah dan pertanyaan-pertanyaan penelitian; (2) menunjukkan bagaimana temuan-temuan itu diperoleh; (3) menginterpretasi/menafsirkan temuan-temuan; (4) mengaitkan hasil temuan penelitian dengan struktur pengetahuan yang telah mapan; dan (5) memunculkan teori-teori baru atau modifikasi teori yang telah ada.

Dalam menjawab rumusan masalah dan pertanyaan-pertanyaan penelitian, hasil penelitian harus disimpulkan secara eksplisit. Penafsiran terhadap temuan dilakukan dengan menggunakan logika dan teori-teori yang ada. Temuan berupa kenyataan di lapangan diintegrasikan/ dikaitkan dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya atau dengan teori yang sudah ada. Untuk keperluan ini harus ada rujukan. Dalam memunculkan teori-teori baru, teori-teori lama bisa dikonfirmasi atau ditolak, sebagian mungkin perlu memodifikasi teori dari teori lama.

Dalam suatu artikel, kadang-kadang tidak bisa dihindari pengorganisasian penulisan hasil penelitian ke dalam “anak subjudul”. Berikut ini adalah cara menuliskan format pengorganisasian tersebut, yang di dalamnya menunjukkan cara penulisan hal-hal khusus yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah artikel.

⁵ Tim P3M STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, 2020, *Pengabdian Masyarakat Berbasis Program Studi Pada Kondisi Covid-19 Tahun 2020 Pusat Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau Tahun 2020*. Bintan.

Anak Subjudul Pertama

Aturan gambar adalah sebagai berikut seperti gambar 1 di bawah ini. Gambar yang ditampilkan haruslah yang memiliki signifikansi untuk mendukung hasil dan pembahasan.

Data Demografi

Responden yang mengikuti Program Pengabdian Kepada Masyarakat berbasis Prodi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) pada kondisi Pandemi COVID-19 adalah pelaku UMKM Oleh-Oleh di Sei Enam, Kijang sebagai berikut:

Tabel 1.

Data Demografi Responden

RESP	NAMA	USIA	PENDIDIKAN
1	<i>Nurbaya</i>	43	<i>Menengah Pertama</i>
2	<i>Nuryana</i>	42	<i>Menengah Atas</i>
3	<i>Iza</i>	39	<i>Menengah Atas</i>
4	<i>Junainah</i>	35	<i>Sekolah Dasar</i>
5	<i>Roskiah</i>	57	<i>Sekolah Dasar</i>

Dari tabel 1 diatas menunjukkan bahwa responden yang merupakan pemilik UMKM di Sei Enam, Kijang yang mengikuti kegiatan PKM ini memiliki rentang usia dari 35-57 tahun. Sedangkan untuk jenjang pendidikan mulai dari sekolah dasar sampai paling tinggi sekolah menengah atas. Data ini menunjukkan bahwa usaha ini dapat dilakukan dalam usia yang beragam, begitu pula pendidikan tidak mengharuskan memiliki pendidikan tinggi untuk mengelola usaha tersebut⁶.

Data Usaha

Adapun data usaha yang dijalankan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.

Data Usaha

RESP	JENIS USAHA	CARA PEMASARAN	CAKUPAN PEMASARAN	ASAL BAHAN BAKU	KONSUMEN
1	<i>Otak-otak</i>	<i>On-place dan On-line</i>	<i>Kijang dan Tanjung Pinang</i>	<i>Nelayan Kijang</i>	<i>Lokal dan Pendatang</i>
2	<i>Otak-otak</i>	<i>On-place</i>	<i>Kijang</i>	<i>Nelayan Kijang</i>	<i>Lokal dan Pendatang</i>
3	<i>Otak-otak</i>	<i>On-place</i>	<i>Kijang</i>	<i>Nelayan Kijang</i>	<i>Lokal dan Pendatang</i>
4	<i>Otak-otak</i>	<i>On-place dan On-line</i>	<i>Kijang dan Tanjung Pinang</i>	<i>Nelayan Kijang</i>	<i>Lokal dan Pendatang</i>
5	<i>Otak-otak</i>	<i>On-place dan On-line</i>	<i>Kijang, Tanjung Uban, Tanjung Pinang</i>	<i>Nelayan Kijang</i>	<i>Lokal dan Pendatang</i>

⁶ Eka Kadharpa Utama Dewayani, 2019, *Pengembangan Potensi Ekonomi Masyarakat Terdampak Bencana Untuk Meningkatkan Ketangguhan*, BERDIKARI: Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks, 7.1 62–79.

Analisis Dampak Wabah Covid-19 Terhadap Ekonomi UMKM...

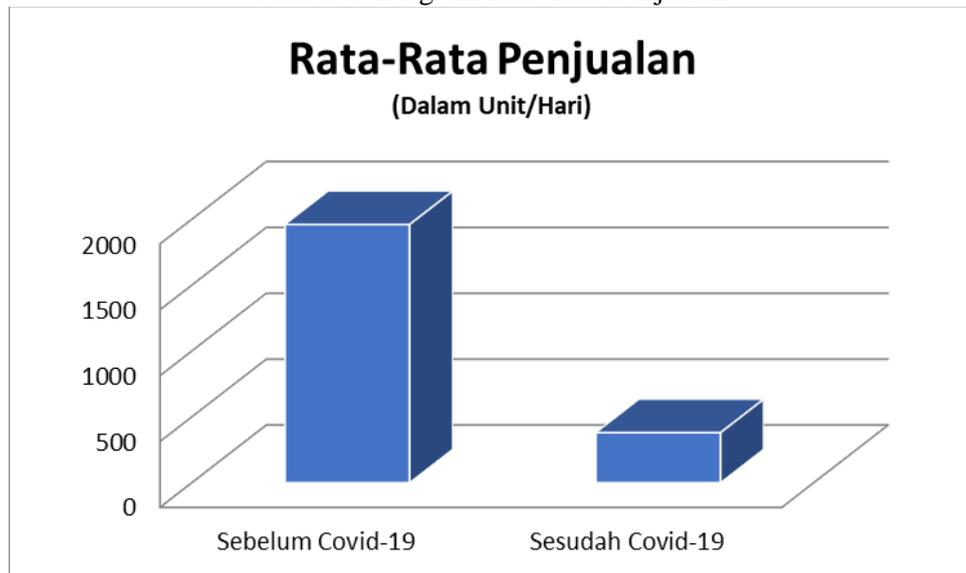
Dari tabel 2 di atas menunjukkan bahwa untuk jenis usaha yang dijalankan semuanya bergerak pada usaha oleh-oleh Otak-Otak yaitu makanan khas Kepulauan Riau. Cara pemasaran semuanya dengan cara memasarkan di lokasi tempat mereka berusaha (*on-place*), namun beberapa sudah menggunakan cara sistem pemesanan (*on-line*) dengan minimal jumlah untuk pengantarannya. Cakupan pemasaran paling jauh hanya wilayah Kijang dan Tanjung Pinang yang mendapatkan layanan pengantaran. Konsumen yang datang berbelanja selain penduduk lokal Bintan, juga pengunjung dari luar daerah seperti Tanjung Pinang, Batam dan daerah lainnya. Pemasaran pada usaha kuliner, selain makan ditempat (*dine-in*) dapat pula melalui layanan *delivery online* dan *take away*⁷.

Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Ekonomi UMKM

Dari pengakuan responden yang mengikuti program PKM berbasis Prodi MBS ditengah kondisi Pandemi COVID-19, semua responden menjawab „ya’ sangat besar dampak yang dirasakan. Dalam kajian lainnya juga menyatakan hal yang sama dampak yang sangat signifikan COVID-19 terhadap Usaha Kecil dan Menengah Masyarakat⁸. Adapun indikator dampak yaitu berupa Penjualan; Pendapatan; dan Tenaga Kerja seperti tersaji di bawah ini:

a. Penjualan

Gambar 1. Diagram Rata-Rata Penjualan



Dari Diagram 1 diatas menunjukkan bahwa penjualan rata-rata para pelaku UMKM Oleh-Oleh di Sei Enam, Kijang-Bintan sebelum pandemi COVID-19 yaitu berkisar antara 1.500 - 2.000 buah per hari, sedangkan rata-rata penjualan sesudah pandemi COVID-19 berkisar di bawah 500 buah per hari. Pandemi COVID-19 terbukti menyebabkan turunnya penjualan produk UMKM⁹.

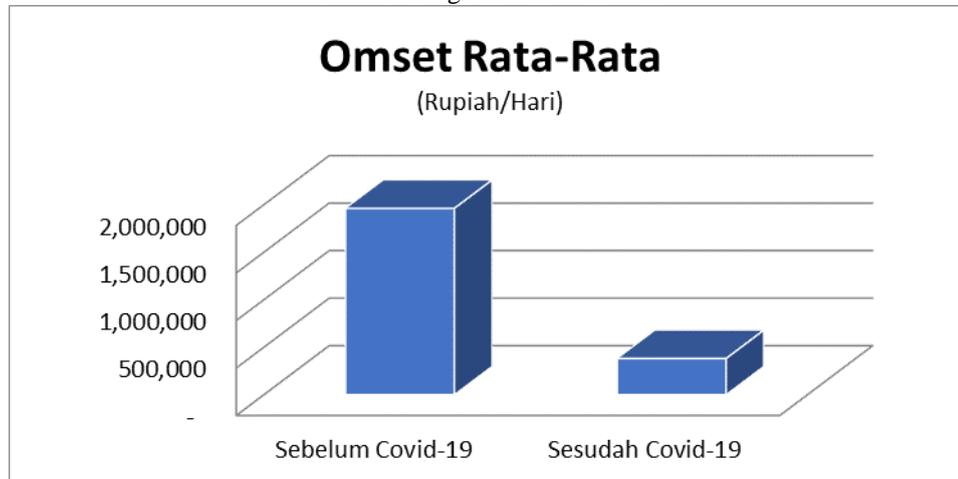
⁷ Yucki Hikmapriya Ramli, 2010, *Analisis Sistem Penjualan Dan Usulan Penambahan Sistem Penjualan Mobile Delivery Online (Studi Kasus Di Papa Rons Pizza Abdul Rivai Bandung)*, Undergraduate Thesis, UKM Bandung, 2010.

⁸ Aknolt Kristian Pakpahan, 2020, *Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*, JIHI: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional, 2–6.

⁹ Eka Budiyanti, 2020, *Dampak Virus Corona Terhadap Sektor Perdagangan Dan Pariwisata Indonesia*, Kajian Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik, XII.4, 19–24.

b. Pendapatan (Omset)

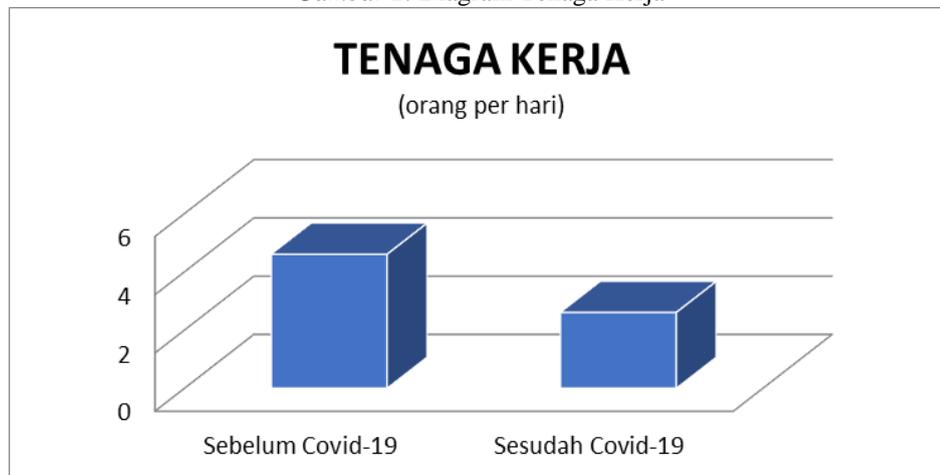
Gambar 2. Diagram Omset Rata-Rata



Dari Diagram 2 diatas menunjukkan Omset Rata-rata harian para pelaku UMKM Oleh-Oleh di Sei Enam – Kijang sebelum COVID-19 yaitu berkisar antara Rp.1.500.000-Rp.2.000.000 per hari sedangkan sesudah COVID-19 berkisar dibawah Rp.500.000 per hari. Penurunan pendapatan para pelaku UMKM sebagai imbas dari terjadinya pandemi COVID-19¹⁰.

c. Tenaga Kerja

Gambar 2. Diagram Tenaga Kerja



Dari Diagram 3 diatas menunjukkan kemampuan pelaku usaha mempekerjakan tenaga kerja sebelum dan sesudah pandemi COVID-19. Sebelum pandemi COVID-19 mampu mempekerjakan 4-5 orang, namun sesudah Pandemi COVID-19 hanya mampu mempekerjakan 2-4 orang. Dampak pandemi COVID-19 tidak hanya berpengaruh pada penjualan maupun pendapatan UMKM, namun berdampak juga terhadap penurunan kemampuan mempekerjakan tenaga kerja harian UMKM¹¹.

¹⁰ Pakpahan.

¹¹ Taufik Alwi and Hubungan Maisir, 2020, *Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online*, e-journal stieipwija, v22.

Pengetahuan Para Pelaku UMKM tentang COVID-19

Untuk mengetahui tingkat pengetahuan para pelaku UMKM tentang COVID-19 diberikan beberapa pertanyaan:

Tabel 3.

Tingkat Pengetahuan Pelaku UMKM tentang COVID-19

NO	ASPEK COVID-19	TINGKAT PENGETAHUAN
1	<i>Tahu apa COVID-19</i>	<i>Cukup</i>
2	<i>Cara Penularannya</i>	<i>Cukup</i>
3	<i>Resiko Jika Terkena</i>	<i>Cukup</i>
4	<i>Cara Pencegahannya</i>	<i>Tinggi</i>

Dari Tabel 3 menunjukkan tingkat pengetahuan para pelaku UMKM tentang COVID-19. Tingkat pengetahuan tentang apa COVID-19 rata-rata cukup tahu. Tingkat pengetahuan tentang cara penularannya rata-rata cukup tahu. Tingkat pengetahuan tentang resiko jika terkena rata-rata cukup tahu. Untuk Tingkat pengetahuan tentang cara pencegahannya rata-rata tinggi. Tingkat pengetahuan masyarakat pedesaan tentang COVID-19 masih berada pada tingkat rata-rata cukup mengetahui baik itu tentang virusnya, penularannya, resiko dan pencegahannya¹².

Cara Pemasaran yang dilakukan sejak masa COVID-19

Sebelum terjadinya Pandemi COVID-19, cara memasarkan produk yang dilakukan oleh para pelaku UMKM Oleh-Oleh Di Sei. Enam, Kijang - Bintan cukup dilakukan dari lokasi tempat usaha sudah mampu menjual kapasitas maksimum produksi. Akan tetapi saat terjadinya Pandemi COVID-19 mereka melakukan penjualan dengan sistem *take away* (bungkus) dan *delivery order online* (pemesanan pengantaran daring). Strategi ini dilakukan karena jumlah pengunjung yang berkurang karena Pandemi COVID-19.

Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah sebagai usulan pengoptimalan layanan konsumen berupa penggunaan prosedur penjualan *Delivery Order Online* (pemesanan pengantara daring) dan *Take Away* (pembelian dengan bungkus) karena kecenderungan perilaku konsumen memanfaatkan layanan belanja *online* ditengah anjuran untuk tidak keluar rumah selama pandemi COVID-19¹³.

Upaya Peningkatan Pemahaman Tentang COVID-19

Dalam rangka untuk meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM tentang COVID-19, tim pengabdian telah melakukan Sosialisasi tentang COVID-19 yang terdiri dari penjelasan apakah COVID-19, cara penularannya, resiko apabila terpapar COVID-19¹⁴.

¹² Dana Riksa Buana, 2020, *Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (COVID-19) Dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa*, SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I, 7.3.

¹³ Ramli.

¹⁴ Tim Kerja Kemendagri untuk dukungan Gugus Tugas COVID-19, 2020, *Pedoman Umum Menghadapi Pandemi COVID-19 Bagi Pemerintah Daerah*, Buku Pedoman, Jakarta, 2020.



Gambar 1 : Tim melakukan Sosialisasi tentang Covid-19

Upaya Pencegahan Penularan COVID-19

Para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari berinteraksi dengan para pengunjung yang datang berbelanja, hal ini menjadi resiko penularan COVID-19 di kalangan para pelaku UMKM di Sei-Enam, Kijang. Untuk mencegahnya, tim pengabdian telah melakukan Sosialisasi tentang *Physical Distancing*, yakni menjaga jarak yang aman dengan para pengunjung sewaktu melakukan transaksi. Selain itu Sosialisasi tentang pentingnya menggunakan APD (Alat pelindung diri) untuk menjaga keamanan dari penularan COVID-19. Adapun APD yang penting untuk digunakan yaitu masker, sarung tangan, *hand sanitizer*.



Gambar 2 : Sosialisasi tentang pentingnya menggunakan APD (Alat pelindung diri)

Strategi Usaha Bertahan Ditengah COVID-19

Pandemi COVID-19 memberikan dampak besar terhadap pelaku UMKM Oleh-Oleh di Sei Enam, Kijang-Bintan. Penjualan merosot tajam selama terjadinya Pandemi COVID-19 dikarenakan berkurangnya jumlah pengunjung yang datang berbelanja ke lokasi dibandingkan sebelum terjadinya pandemi ini. Hal ini tentunya menjadi ancaman bagi eksistensi usaha para pelaku UMKM tersebut. Di dalam program PKM kali ini, tim membantu memberi beberapa alternatif sistem pemasaran yang dapat digunakan pada kondisi Pandemi COVID-19.



Gambar 3 : Sosialisasi Tentang Alternatif Sistem Pemasaran

Di antara alternatif sistem pemasaran adalah sebagai berikut: sistem *Take Away*, *Delivery Order* dan *Direct Selling* yang dapat menjangkau *segmen pasar baru* dan memberikan layanan terhadap perilaku dan gaya hidupnya.¹⁵

Take Away adalah suatu sistem pemasaran produk dengan dikemas untuk dibeli konsumen yang *portable* (bergerak) dan tidak tetap (*stay*) di lokasi. Sistem pemasaran ini merupakan salah satu cara pemasaran yang cukup efektif ditengah kondisi *Pandemi*. Pandemi COVID-19 telah memunculkan aturan kesehatan yang tidak mengizinkan pengunjung untuk tetap (*stay*) di lokasi menikmati produk UMKM terutama produk-produk makanan. Untuk itu apabila ada alternatif untuk dibawa pulang lalu kemudian menikmatinya di rumah maka akan dapat memberikan kesempatan bagi konsumen untuk tetap bisa menikmati produk yang mereka inginkan.

Delivery Order merupakan suatu sistem pemasaran yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkannya dengan cukup memesan *via online* lalu pelaku usaha memberikan layanan pengantaran. Sistem pemasaran ini telah menjadi solusi baru bagi pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pemasaran. Layanan ini dapat dilakukan melalui saluran telepon dan pesan singkat serta melalui aplikasi berbasis *online* dengan memanfaatkan perangkat komunikasi seperti *smartphone* dan perangkat komunikasi lainnya untuk pemesanan. Sedangkan untuk pengantaran selain bisa mengadakan sendiri, pelaku usaha dapat bekerjasama dengan kurir, ojek *online* dan penyedia jasa pengantaran lainnya yang biaya pengantarannya dibebankan kepada konsumen.

¹⁵ Ramli.

Sedangkan sistem pemasaran *Direct Selling* adalah cara klasik yang sudah lama digunakan dalam dunia pemasaran, namun cara ini masih dapat digunakan sebagai salah satu pilihan sistem pemasaran produk yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM Oleh-Oleh di Sei Enam, Kijang dalam rangka meningkatkan penjualan produk. Disaat Pandemi, sebagian besar orang berada dirumah. Namun pada dasarnya orang tetap mencari barang-barang kebutuhannya. Kesempatan ini bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk menawarkan produknya langsung kepada konsumen dari pintu ke pintu. Cara ini juga dapat dilakukan dengan membangun kerjasama dengan orang lain yang menyediakan jasa *direct selling*. Promosi *direct selling* dapat dilakukan oleh tenaga penjual yang memahami area dan dapat melakukan komunikasi dengan baik melibatkan interaksi personal langsung antara dirinya dengan calon pembeli.¹⁶

Partisipasi Pelaku UMKM dalam Mengkampanyekan Pelaksanaan Protokol Kesehatan di Tengah Kondisi Pandemi COVID-19

Para pelaku UMKM Oleh-Oleh di Sei. Enam, Kijang - Bintan telah bersedia untuk selalu menghimbau dan mengkampanyekan Penerapan Aturan Pemerintah tentang Pencegahan Penyebaran COVID-19 baik kepada keluarga terdekat, masyarakat sekitar maupun para pengunjung yang datang berbelanja ditempat usahanya. Upaya ini akan dilakukan secara terus-menerus sampai dengan kasus pandemi COVID-19 selesai dan keadaan menjadi normal kembali.

Tim juga telah menyediakan beberapa brosur dan stiker himbauan mematuhi protokol kesehatan dalam upaya pencegahan penyebaran pandemi COVID-19 yang lebih meluas lagi. Dengan begitu peran dari pelaku usaha UMKM Oleh-Oleh di Sei. Enam, Kijang - Bintan dapat diikutsertakan dalam rangka memutus mata rantai penyebaran Pandemi COVID-19 di wilayah Kepulauan Riau umumnya dan Kabupaten Bintan khususnya.

Di antara upaya pencegahan penyebaran pandemi COVID-19 yang dapat diserukan adalah Menerapkan *Physicall distancing*; Mencuci tangan dengan sabun/*hand sanitizer* dengan air mengalir; Menggunakan masker; Mengonsumsi makanan sehat berprotein tinggi; Anjuran untuk tetap di rumah saja; dan Membeli produk melalui pemesanan *online* dan dibungkus.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Pogram Studi pada kondisi COVID-19 tentang Analisis Dampak Wabah COVID-19 Terhadap Ekonomi UMKM Oleh-Oleh Di Sei Enam, Kijang - Bintan yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap ekonomi UMKM tersebt. Adapun upaya untuk bertahan pada kondisi pandemi COVID-19, UMKM mengupayakan berbagai cara untuk meningkatkan pelayanan dan pemasaran melalui *delivery order* dan sistem pemasaran lainnya yang efektif digunakan pada masa pandemi. Selain itu UMKM siap berpartisipasi dalam pelaksanaan protokoler kesehatan untuk mencegah penyebaran wabah COVID-19.

Saran

Pelaku UMKM Oleh-Oleh Di Sei Enam, Kijang – Bintan dapat melaksanakan kegiatan usahanya dengan tetap menerapkan protokoler kesehatan dan melakukan berbagai upaya untuk tetap bertahan dimasa pandemi COVID-19. Bagi STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau khususnya Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dan Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat agar dapat melakukan upaya-upaya dalam membantu para pelaku UMKM mengatasi problematika yang dihadapi secara berkelanjutan

¹⁶ EV. Hanifah, Sukarelawati, and Agustini, 2017. *Metode Promosi Melalui Direct Selling Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Menggunakan Jasa Hotel*, Jurnal Komunikatio. Universitas Juanda. Surabaya, 3.1, 47–60.

Analisis Dampak Wabah Covid-19 Terhadap Ekonomi UMKM...

serta memperkaya program-program pengabdian dengan tambahan berbagai alternatif penyelesaian permasalahan masyarakat terutama UMKM dengan program bimbingan yang lebih intensif lagi.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat berbasis program studi pada kondisi pandemi COVID-19 yaitu:

Ketua STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau yang telah memberikan dukungan kepada tim pengabdian kepada masyarakat.

Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau sebagai hosting program pengabdian ini.

Pelaku UMKM Oleh-Oleh Di Sei Enam, Kijang – Bintan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Dan pihak-pihak terkait lainnya yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu.

Referensi

- Buana, Dana Riksa, (2020), Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) Dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa, *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i, UMB Jakarta*, 7.(3). 217-226. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15082>
- Budiyanti, Eka, (2020), *Dampak Virus Corona Terhadap Sektor Perdagangan Dan Pariwisata Indonesia*, INFOSingkat: Kajian Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Jakarta, XII.4.
- Hanifah, EV., Sukarelawati, and Agustini, (2017), Metode Promosi Melalui Direct Selling Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Menggunakan Jasa Hotel, *Jurnal Komunikatio. Universitas Juanda. Surabaya*, 3.(1), 47–60. <http://dx.doi.org/10.30997/jk.v3i1.849>
- Kadharpa Utama Dewayani, Eka, (2019), Pengembangan Potensi Ekonomi Masyarakat Terdampak Bencana Untuk Meningkatkan Ketangguhan, *BERDIKARI: Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks*, 7.(1), 62–79. <https://doi.org/10.18196/bdr.7158>
- Kementerian Keuangan RI, (2020), *Siaran Pers Pemerintah Waspada Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Ekonomi Indonesia*, www.kemenkeu.go.id, diakses 10 Juni 2020.
- Tim P3M STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, 2020, *Pengabdian Masyarakat Berbasis Program Studi Pada Kondisi Covid-19 Tahun 2020*, P3M STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, Bintan.
- Pakpahan, Aknolt K., (2020), COVID-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, *JlHI: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 20, 2–6. <https://doi.org/10.26593/jlhi.v0i0.3870.59-64>
- Ramli, Yucki Hikmapriya, (2010), *Analisis Sistem Penjualan Dan Usulan Penambahan Sistem Penjualan Mobile Delivery Online*, Undergraduate Thesis, UKM Bandung, 2010.
- Suppawattaya, P., Pakara Y., and Pratchayapong Y., (2020), Effects of Social Distancing, Self-Quarantine and Self-Isolation during the COVID-19 Pandemic on People's Well-Being and How to Cope with It', *International Journal of Science and Healthcare Research, Thailand*, 5.2, 12–20.
- Taufik, Eka Avianti A., (2020), Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online, *E-Journal STIEIPWI, Jakarta*. 22 (1). 21-32 <http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v22i01.389>
- Tim Kemenkes, (2020), *Pedoman Pencegahan Dan Pengendalian COVID-19*, Dokumen Resmi, Dirjen. Pencegahan Dan Pengendalian Pencegahan Penyakit. www.kemenkes.go.id, diakses 10 Juni 2020.
- Tim Kerja Kemedagri untuk dukungan Gugus Tugas COVID-19, (2020), *Pedoman Umum Menghadapi Pandemi COVID-19 Bagi Pemerintah Daerah, Buku Pedoman*, Kemendagri, Jakarta.
- WHO, (2020), *Penggunaan Rasional Alat Perlindungan Diri Untuk Penyakit Coronavirus (COVID-19) Dan Pertimbangan Jika Ketersediaan Sangat Terbatas*, Buku Panduan Sementara, WHO, 2020