

**PENANGGULANGAN DAMPAK SOSIAL DAN EKONOMI  
AKIBAT COVID-19 PADA UMKM KETUT KERTAYASA  
DI DESA CARANGSARI****Ni Putu Yeni Astiti, Tude Wahyu Wira Permana, Ni Nyoman Ari Novarini**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

E-mail: [yeni.astiti@unmas.ac.id](mailto:yeni.astiti@unmas.ac.id)**ABSTRAK**

Penyebaran Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) memberi dampak signifikan terhadap kehidupan masyarakat baik dibidang kesehatan maupun ekonomi. Pandemi ini telah membawa perubahan besar bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia terutama di Bali. Namun, di saat pandemi seperti sekarang ini, tidak sedikit UMKM yang mengalami penurunan omzet dan penjualan. Hal ini juga dialami hampir merata di semua pelaku UMKM Bali kala pandemi menerjang. Adapun target yang ingin dicapai yaitu, pengedukasian kepada UMKM mengenai bahaya dan pencegahan penyebaran Covid-19, membrikan masukan kepada UMKM mengenai bagaimana cara memasarkan produk secara online melalui media social seperti Facebook dan bagai mana cara membuat media social secara online agar memudahkan memasarkan produk kerajinan ini agar mengurangi bertatap muka dengan pembeli. Kemampuan karyawan dalam membuat media social dan memasarkan produk secara *online* melalui media sosial *facebook* , pemahaman mengenai bahaya dan pencegahan penyebaran Covid-19, disiplin menggunakan masker, UMKM Ketut Kertayasa telah berhasil ditingkatkan melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Kemampuan karyawan dalam membuat media social dan memasarkan produk secara *online* melalui media sosial *facebook*, pemahaman mengenai bahaya dan pencegahan penyebaran Covid-19, disiplin menggunakan masker, menggunakan sarung tangan dalam proses produksi, UMKM perlu dipertahankan melalui pendampingan secara berkelanjutan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM.

**Kata Kunci:** Covid-19, pelatihan, pendampingan, penyuluhan**ABSTRACT**

*The spread of Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) has a significant impact on people's lives, both in the health and economic fields. This pandemic has brought big changes for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, especially in Bali. However, during a pandemic like today, not a few MSMEs have experienced a decline in turnover and sales. This was also experienced almost evenly across all MSME actors in Bali when the pandemic hit. The targets to be achieved are educating MSMEs about the dangers and prevention of the spread of Covid-19, providing input to MSMEs on how to market products online through social*

*media such as Facebook and various ways to create online social media to facilitate the marketing of these handicraft products in order to reduce face to face with buyers. The ability of employees to create social media and market products online through Facebook social media, understanding of the dangers and prevention of the spread of Covid-19, discipline to use masks, MSME Ketut Kertayasa has been improved through counseling, training, and mentoring. The ability of employees to create social media and market products online through social media Facebook, understanding of the dangers and prevention of the spread of Covid-19, discipline in using masks, using gloves in the production process, MSMEs need to be maintained through continuous assistance in providing information needed by actors. SMEs.*

**Keywords:** *accompaniment, counseling, Covid 19, training*

## PENDAHULUAN

Pemerintah mempunyai tujuan atas program pemberdayaan masyarakat pengusaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), adalah kemandirian usaha ini, dalam kiprahnya sebagai penyedia produk konsumsi masyarakat, penyedia lapangan pekerjaan, mereduksi kesenjangan pendapatan, dan mengentaskan kemiskinan. Bahkan lebih dari itu, pemerintah juga berharap agar UMKM dapat menghasilkan produk yang bisa merambah pasar internasional. Keberhasilan ini akan sangat menopang peningkatan cadangan devisa negara, yang sangat diperlukan untuk mendongkrak sustainabilitas perekonomian nasional. UMKM merupakan sektor ekonomi yang terbukti mempunyai ketangguhan luar biasa dalam menghadapi dan menangkal krisis ekonomi. Contoh paling nyata adalah pada saat Pandemi Covid 19 itu Indonesia mengalami pandemi Covid 19 yang hampir melumpuhkan seluruh sendi-sendi perekonomian negara. Pada saat itu banyak perusahaan besar yang terpaksa harus gulung tikar akibat mengalami krisis meneter, menyebabkan pemutusan hubungan kerja (PHK) besar-besaran oleh Usaha Besar (UB), sehingga peningkatan jumlah pengangguran tak terelakkan.

Dalam hal inilah sektor UMKM menjadi tempat pelarian para tenaga kerja yang kehilangan mata pencaharian. Artinya, UMKM sebagai sandaran tempat mencari nafkah untuk menyambung hidup para karyawan yang mengalami pemutusan hubungan kerja. UMKM perlu mendapat perhatian dari pemerintah, antara lain karena UMKM diharapkan sanggup menyerap banyak tenaga kerja dan mempunyai jumlah unit usaha yang sangat banyak. Dengan kesanggupan menyerap tenaga kerja yang banyak dan bersifat dominan dalam unit usaha ini memungkinkan UMKM secara intensif menggunakan sumber daya alam lokal. Dengan

keberadaannya yang pada umumnya tersebar di perdesaan, UMKM diharapkan akan menimbulkan dampak positif terhadap penyerapan tenaga kerja diperdesaan, pemerataan distribusi pendapatan, yang secara tidak langsung dapat membantu pemerintah dalam pengentasan kemiskinan masyarakat perdesaan, dan mengurangi arus urbanisasi yang akhirnya secara tidak langsung pula dapat membantu pemerintah dalam mengurangi kekumuhan wajah kota.

Realitas empiris yang menunjukkan eksistensi UMKM kerajinan Provinsi Bali, masih sangat potensial untuk dikembangkan adalah kemampuan menyerap tenaga kerja, mengakumulasikan investasi dan realisasi ekspor. Dalam kaitan ini; kemampuan menyerap tenaga kerja dipahami sebagai kemampuan UMKM Kerajinan dalam memberi kemakmuran dan mendistribusikan pendapatan secara lebih merata. Sementara akumulasi investasi, akan mencerminkan kesanggupan industri tersebut dalam menjamin keberlanjutan kehidupan yang lebih sejahtera bagi pekerjanya. Realisasi ekspor mencerminkan kesanggupan produk kerajinan ini dalam berkiprah di pasar internasional.

Desa Carangsari adalah sebuah desa yang terletak di kecamatan Petang, kabupaten Badung. Luasnya adalah 8,85 km<sup>2</sup>. Kantor desa Carangsari terletak di Jalan I.GST. NGR Rai. Sebagian besar penduduk bermata pencaharian sebagai petani. Di desa Carangsari juga terdapat UMKM yang bergerak di bidang pemanfaatan limbah koran bekas yang di daur ulang menjadi kerajinan tangan dengan berbagai bentuk seperti tempat tisu dan bokoran. UMKM Ketut Kertayasa, yang terletak di Jln.beng, dimana UMKM tersebut di kelola langsung oleh pemiliknya yang bernama Ketut Tirta Yasa . UMKM yang didirikan pada tanggal 18 juni 2017 dan saat ini UMKM Kertayasa memiliki 3 orang karyawan. Kegiatan yang dilaksanakan oleh UMKM ini adalah industri rumahan yang memproduksi kerajinan dari koran bekas seperti bokoran besar/kecil dan kotak tisu.

Sebelum pandemi, banyak pelanggan yang memesan hasil kerajinan nya untuk souvenir pesta pernikahan atau sunatan dan lainnya. Namun setelah pandemi, pesanan yang sebelumnya telah dipesan dibatalkan, sehingga kerajinan yang telah jadi saat ini masih menumpuk di rumah produksinya. Kerajinan tangan yang ia jual berupa tempat tisu, tempat makanan, tempat menyimpan pensil dan lain sebagainya. Agar tetap mendapatkan penghasilan di masa pandemi

ini, ia sempat mengobral produknya dengan harga murah namun lagi-lagi masih sepi pembeli, lantaran daya beli masyarakat yang semakin menurun.



**Gambar 1. Produk yang Dihasilkan UMKM Kertayasa**

Hasil dari kerajinan tangan tersebut sudah di pasarkan di berbagai desa sekitar. Namun dengan adanya pandemic seperti sekarang ini omset penjualan menurun drastis begitu juga dengan orderan barang yang masuk. Pemasaran produk di UMKM Ketut Kertayasa masih kurang efektif dan efisien, UMKM Ketut Kertayasa masih menggunakan teknik-teknik tradisional dalam pemasaran produknya, yaitu teknik *personal selling* atau penjualan secara *face to face*, yang menyebabkan biaya operasional dari personal sangat tinggi karena pesan tidak dapat dilakukan secara masal berdasarkan pada tatap muka dengan calon pembeli. Kegiatan *personal selling* juga membutuhkan waktu yang relatif lama, karena dimulai perkenalan hingga terjadinya transaksi pembelian.

UMKM Ketut Kertayasa juga hanya memiliki budget yang terbatas untuk pemasaran (*marketing*). Oleh karena itu dituntut kreatifitas yang lebih yaitu dengan mencari cara memasarkan produk yang lebih efisien atau pemasaran produk yang memerlukan biaya rendah.

Saat menyebarnya pandemi Covid-19 ini, pemerintah pun mengeluarkan himbauan-himbauan tentang protocol-protokol kesehatan yang harus di taati oleh seluruh masyarakat, akan tetapi karyawan UMKM Ketut Kertayasa di dalam produksinya tidak mematuhi atau melalaikan protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah seperti halnya tidak memakai masker dan tidak menjaga kebersihan tangan. Adanya Pandemi Covid-19 juga membuat mitra tidak mampu melakukan pemasaran secara maksimal, dimana mitra tidak bisa memasarkan produknya melalui pameran-pameran kebudayaan seperti Pesta Kesenian Bali, dan pameran yang diadakan oleh tingkat kabupaten. Hal ini membuat penjualan mitra menurun secara signifikan karena mitra tidak dapat melakukan pemasaran secara maksimal. Hasil penelitian (Rasyid, 2018) pada variabel promosi menunjukkan bahwa promosi melalui memiliki pengaruh positif kepuasan pelanggan. Promosi memiliki pengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Pengunjung.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, permasalahan prioritas yang ada di UMKM Ketut Kertayasa:

- 1) Pemasaran produk yang kurang efektif dan efisien, masih secara *face to face*. Proses produksi juga mengalami kendala dari ketersediaan bahan baku seperti limbah koran bekas, kendala tersebut di sebabkan karena adanya social distancing.
- 2) Perluasan segmentasi pasar. Segmentasi pasar adalah proses pengelompokkan target pelanggan Anda menjadi kelompok-kelompok segmentasi berbeda dengan faktor pengelompokkan tertentu. Pelanggan-pelanggan yang memiliki karakteristik-karakteristik tertentu akan berada dalam satu kelompok.
- 3) Karyawan UMKM Ketut Kertayasa juga tidak mematuhi atau melalaikan protocol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Di samping itu, petugas penyelenggara wajib menggunakan masker dan melarang penjual dan pembeli yang tidak mematuhi protokol kesehatan untuk masuk ke areal pasar. Penjual dan pembeli wajib memastikan diri dalam keadaan sehat, tidak menunjukkan gejala Covid-19, menggunakan masker, pelindung wajah, dan sarung tangan, membawa hand sanitizer dan selalu menjaga jarak, tidak boleh berkerumun, dengan mengantre secara disiplin pada saat akan berbelanja.

Solusi dari permasalahan yang ada di UMKM Ketut Kertayasa yang telah dibahas di atas, yaitu dengan cara:

- 1) Melakukan sosialisasi dan edukasi bagaimana cara membuat media informasi seperti media social facebook, instagram agar memudahkan melakukan pemasaran produk dari UMKM Ketut Kertayasa. Memberikan m Menurut Kotler dan Armstrong (2012:62), Promosi (*Promotion*) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Menurut Larreche (2016) Digital marketing merupakan kegiatan melakukan promosi *brand* atau produk melalui media digital. Cara ini dianggap paling efektif untuk saat ini sebagai salah satu cara pemasaran bagi semua jenis usaha, tidak terkecuali untuk UMKM. Sebab, meskipun bisnis dijalankan dalam skala cukup kecil, menentukan strategi promosi yang tepat tetap perlu dilakukan agar bisnis semakin berkembang. Berikut manfaat pentingnya menerapkan digital marketing.
  - a) Mudah mendatangkan pelanggan baru
  - b) Meningkatkan angka penjualan
  - c) Menghemat biaya promosi
  - d) Dapat melayani pelanggan dengan cepat
  - e) Menjangkau Pengguna smart phone
  - f) Mempermudah saat perlu bersaing dengan kompetitor
- 2) Masukan dan edukasi dengan memberikan masukan dan edukasi kepada UMKM Ketut Kertayasa secara offline tentang pemasaran produk secara online di media social. Mengingat dimasa sekarang ini serba online agar mengurangi bertatap muka langsung dengan pembeli. Menurut Robert (2017) Pemasaran online atau sering disebut sebagai pemasaran digital diartikan sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan internet. Kegiatan pemasaran untuk mendapatkan perhatian konsumen dengan memanfaatkan penjualan melalu media social, website serta email.

Pemasaran online adalah praktik memanfaatkan saluran berbasis web untuk menyebarkan pesan tentang merek, produk, atau layanan perusahaan kepada calon pelanggannya. Metode dan teknik yang digunakan untuk pemasaran online termasuk email, media sosial, periklanan tampilan, optimisasi mesin pencari, dan banyak lagi. Tujuan pemasaran adalah untuk menjangkau calon pelanggan melalui saluran di mana mereka

menghabiskan waktu untuk membaca, mencari, berbelanja, atau bersosialisasi secara online. Adopsi Internet yang meluas untuk bisnis dan penggunaan pribadi telah menghasilkan banyak saluran baru untuk keterlibatan periklanan dan pemasaran, termasuk yang disebutkan di atas. Ada juga banyak manfaat dan tantangan yang melekat pada pemasaran online, yang menggunakan media digital terutama untuk menarik, melibatkan, dan mengkonversi pengunjung virtual ke pelanggan. Pemasaran online berbeda dari pemasaran tradisional, yang secara historis mencakup media seperti iklan cetak, billboard, televisi, dan radio.

- 3) Melakukan sosialisasi terhadap karyawan UMKM Ketut Kertayasa terkait sejauh mana pemahannya mengenai bahaya virus covid-19, lalu menekankan agar pada saat mereka bekerja tetap menggunakan masker, hand sanitizer dan rajin mencuci tangan. Berbagai stimulus dibuat pemerintah agar UMKM bangkit. Untuk itu UMKM perlu beradaptasi dan menerapkan disiplin protokol kesehatan dalam usahanya agar konsumen tertarik membeli produknya. Sebab, jika terus disiplin dan patuh melaksanakan protokol kesehatan, UMKM akan membantu mencegah penularan dan kasus baru Covid-19. Hal-hal yang harus dilakukan oleh pengurus atau pengelola tempat kerja atau pelaku usaha pada sektor jasa dan perdagangan.
  - a) Melakukan pembersihan dan disinfeksi secara berkala di area kerja dan area publik (mendisinfeksi fasilitas umum yang sering disentuh publik setiap 4 jam sekali)
  - b) Menyediakan fasilitas cuci tangan yang memadai dan mudah diakses oleh pekerja dan konsumen/pelaku usaha
  - c) Pastikan pekerja memahami perlindungan diri dari penularan COVID-19 dengan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS)
  - d) Melakukan pengecekan suhu badan bagi seluruh pekerja sebelum mulai bekerja dan konsumen/pelaku usaha di pintu masuk. Jika ditemukan pekerja dengan suhu  $>37,30C$  (2 kali pemeriksaan dengan jarak 5 menit), tidak diperkenankan masuk dan diminta untuk melakukan pemeriksaan kesehatan.
  - e) Mewajibkan pekerja dan pengunjung menggunakan masker.
  - f) Memasang media informasi untuk mengingatkan pekerja, pelaku usaha, pelanggan/konsumen dan pengunjung agar mengikuti ketentuan pembatasan jarak fisik

dan mencuci tangan pakai sabun dengan air mengalir/handsanitizer serta kedisiplinan menggunakan masker.

g) Melakukan pembatasan jarak fisik minimal 1 meter:

- 4) Pembagian masker kepada karyawan UMKM Ketut Kertayasa dengan sifat program yaitu ikutan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Himawan (2014) penjualan melalui jaringan internet / media online merupakan salah satu kegiatan transaksi bisnis baik barang dan jasa yang digunakan untuk meningkatkan omset penjualan serta menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Memberikan masukan dan edukasi cara mempromosikan usahan ke teman sekitar. Menurut Lupiyoadi (2006:120) promosi merupakan bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh pengusaha dalam memasarkan jasa yang dijualnya. Memberikan sosialisasi untuk menjalin hubungan dengan UMKM lain sebagai sarana mengembangkan jejaringan dan bisnis. Metode yang digunakan untuk meningkatkan pemahaman kepada karyawan pemasaran UMKM Ketut Kertayasa tentang cara membuat media social dan memasarkan produk secara *online* melalui media sosial *facebook*, pengedukasian mengenai bahaya dan pencegahan penyebaran Covid-19, pembagian masker, UMKM Ketut Kertayasa adalah penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Penyuluhan dilaksanakan sebanyak 3 kali dan pelatihan dilakukan sebanyak 2 kali. Penjabaran metode pelaksanaan. Metode pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat dilaksanakan melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan, secara rinci adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan sosialisasi kepada UMKM Ketut Kertayasa bagaimana cara membuat media informasi seperti media social dan menjelaskan bagaimana cara memasarkannya di media social secara online seperti facebook
- 2) Pengedukasi kepada karyawan UMKM Ketut Kertayasa, tentang cara memasarkan produk secara online di media social. Mengingat dimasa sekarang ini serba online agar mengurangi bertatap muka langsung dengan pembeli.
- 3) Melakukan sosialisasi terlebih dahulu terhadap pemilik UMKM Ketut Kertayasa terkait sejauh mana pehamannya mengenai bahaya virus covid-19, lalu menekankan agar pada saat mereka bekerja tetap menggunakan masker.



- 4) Pembagian Masker kepada karyawan UMKM Ketut Kertayasa

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran produk saat ini menjadi salah satu faktor krusial dalam pengembangan usaha karena pemasaran bekerja dalam ekosistem Teknologi Informasi yang kompleks dan berkembang sangat dinamis dengan menggabungkan sumberdaya internal dan eksternal yang mensyaratkan interaksi diantara produsen, konsumen, maupun kemitraan pemasaran dan layanan melalui pemanfaatan teknologi. Pemahaman yang kurang mengenai cara memasarkan produk secara online melalui media sosial, Facebook dan Instagram, mengenai bahaya dan pencegahan penyebaran Covid-19, dan yang lainnya telah berhasil ditingkatkan melalui pelatihan, pendampingan dan penyuluhan.

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan dimaksud adalah :

- 1) Dukungan dan perhatian moril yang diberikan oleh seluruh pihak yang telah mendukung saya untuk melaksanakan proker ini.
- 2) Pimpinan UMKM Ketut Kertayasa yang mendukung penuh kegiatan ini.
- 3) Tersedianya fasilitas yang memadai seperti jaringan *wifi* atau jaringan internet yang memudahkan dalam memasarkan produk secara *online* melalui media social *facebook*, *instagram* .

Teori penetapan tujuan yaitu model individual yang menginginkan untuk memiliki tujuan, memilih tujuan dan menjadi termotivasi untuk mencapai tujuan-tujuan. Menurut Nugrahaningrum, dkk. (2019) menyatakan bahwa disiplin kerja menunjukkan bahwa semakin baik disiplin yang diterapkan perusahaan, maka akan mempengaruhi kinerja pegawai akan semakin meningkat. Disiplin karyawan yang baik akan mempercepat pencapaian tujuan organisasi, begitupun sebaliknya. Apabila diantara pegawai sudah tidak menghiraukan kedisiplinan kerja, maka dapat dipastikan produktivitas kerja akan menurun. Partisipasi karyawan dalam kegiatan peningkatan pemahaman kepada karyawan pemasaran UMKM Anggayani tentang cara memasarkan produk secara online melalui media sosial *facebook*, Melakukan sosialisasi bagaimana cara membuat media informasi seperti media social dan bagaimana cara memasarkannya di media social secara online seperti facebook. Penedukasian mengenai bahaya dan pencegahan penyebaran Covid-19, pembagian masker, kepada karyawan

UMKM Ketut Kertayasa sangat tinggi, terbukti dari tingginya kehadiran mereka dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.



**Gambar 2. Pelatihan Kepada Karyawan Cara Membuat Media Sosial**



**Gambar 3. Pembagian Masker**

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kemampuan karyawan dalam membuat media social dan memasarkan produk secara *online* melalui media sosial *facebook*, pemahaman mengenai bahaya dan pencegahan penyebaran Covid-19, disiplin menggunakan masker, UMKM Ketut Kertayasa telah berhasil ditingkatkan melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Karyawan dilatih dan didampingi oleh tenaga ahli dalam penggunaan *website* dan media sosial dalam untuk memasarkan produknya sehingga diharapkan pangsa pasar akan menjangkau wilayah yang lebih luas.

Kemampuan karyawan dalam membuat media social dan memasarkan produk secara *online* melalui media sosial *facebook*, pemahaman mengenai bahaya dan pencegahan penyebaran Covid-19, disiplin menggunakan masker, menggunakan sarung tangan dalam proses produksi, UMKM Ketut Kertayasa perlu dipertahankan melalui pendampingan secara berkelanjutan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bly, Robert W. 2017. *Direct Marketing: The Complete Ideal's Guides*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Boyd, Walker, Larreche. 2016. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orentasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Himawan. 2014. *Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online pada CV Selaras Batik*. Tangerang: Program Studi Teknik Informatika, STMIK Raharja.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Prenada Media.
- Nugrahaningrum, R. O., Triastity, R., & Sunarso, S. 2019. Pengaruh Motivasi, Kepuasan, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Rri Surakarta (Survei pada Pegawai RRI Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 18.3.
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., & Trang, I. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media, Kualitas Layanan, Word of Mouth Terhadap Kepuasan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado. *Jurnal EMBA*, 3933-3942.