

PENDAMPINGAN USAHA KECIL MENENGAH KERUPUK JANGEK PAK ALI DI MASA PANDEMI COVID 19

Debi Setiawan¹, Felix irwan², Ramalia Noratama Putri³

^{1 2 3}Universitas Abdurrab, Riau

¹E-mail: debisetiawan@univrab.ac.id

ABSTRAK

Kerupuk Jangek Pak Ali adalah salah satu bentuk usaha yang terletak di Teluk Kenidai - Kabupaten Kampar. Sejak masa pandemi di Indonesia transaksi penjualan UKM Kerupuk Jangek Ali mengalami penurunan. Dalam upaya menyelesaikan permasalahan ini, maka dilakukanlah pendampingan kegiatan terhadap mitra, yang bertujuan meningkatkan penjualan usaha kerupuk jangek tersebut. Tujuan kegiatan ini diharapkan nantinya mulai dari meningkatnya proses penjualan, penjualan pada masa pandemic covid-19. Pendampingan dilakukan dengan cara perbaikan kualitas merek kerupuk jangek, sosialisasi pemasaran produk dengan digital marketing, dan pendampingan transformasi sistem penjualan tradisional ke penjualan online dengan e-commerce dan media sosial. Hasil dari pendampingan ini adalah meningkatnya penjualan kerupuk jangek pak ali pada bulan September sebanyak 40%. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah bahwa pendampingan pendampingan transformasi sistem penjualan tradisional ke penjualan online dengan e-commerce dan media sosial dapat meningkatkan penjualan pada UKM kerupuk jangek pa kali.

Kata kunci: kerupuk kulit, kualitas produk, penjualan online.

SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE ACCOMPANIMENT PAK ALI SKIN CRACKERS IN THE PANDEMIC TIME COVID 19

ABSTRACT

Pak Ali Skin Crackers is one of the small businesses running in Teluk Kenidai Village, Kampar District. During the pandemic, Indonesia has seen a decline in the economic transaction, which results in the rise of furlough. To Addressing this issue, assistance is given to the Pak Ali skin cracker business to increase its productivity. This measure aims to improve the quality of the products in packaging and branding to be more interested in buying or distributing them to others. Increasing sales online is also seen as a practical solution during the pandemic. Maintaining a healthy lifestyle is also prioritized as the healthy work environment would likely affect productivity during the pandemic. Such community empowerment could be a threshold in improving the community's economy, transforming it from traditional to modern, and promoting healthy sales during this COVID outbreak. The methods used are preparation, main activity, and report. The results of this assistance are in the form of photos and target achievements.

Keywords: skin crackers, product quality, digital marketing.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid19 telah banyak menyebabkan usaha kecil dan menengah harus mengalami kebangkrutan dan gulung tikar. Hal ini dirujuk dari data LIPI, di

mana di Indonesia saat ini, sekitar 39,4 persen usaha menghentikan kegiatannya, 57,1 persen usaha mengalami penurunan produksi, dan 3,5 persen yang tidak terdampak atas pandemi ini. Indonesia sendiri termasuk negara yang dipastikan akan terkena dampak dari virus corona. Direktur Pelaksana Bank Dunia Mari Elka Pangestu memperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia bisa melemah di bawah 5% pada kuartal I-2020 (Burhanuddin & Abdi, 2020).

Merespon pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19), pemerintah Indonesia mulai menerapkan pembatasan dengan kebijakan social distancing (jaga jarak sosial, menghindari kerumunan), lalu physical distancing (jaga jarak antar orang minimal 1,8 meter) sejak awal Maret 2020. Kebijakan itu telah menurunkan secara drastis aktivitas dan pergerakan orang di kota kota besar (Hadiwardoyo, 2020). Peraturan kebijakan social distancing dan physical distancing mengakibatkan dampak pada UMKM dan juga usaha kecil dan menengah, hal ini meliputi secara langsung kepada konsumen (Hanoatubun, 2020).

Salah satu usaha yang mengalami penurunan penjualan secara langsung adalah UKM Kerupuk Jangek Pak Ali. Latar belakang dan masalah yang dimiliki mitra adalah sulitnya untuk melakukan transaksi penjualan secara langsung dimasa pandemi ini, dikarenakan untuk pembatasan interaksi secara langsung. Di samping itu, kemasan tanpa merek dan tanpa desain telah digunakan secara turun temurun, sehingga tidak menimbulkan suatu ciri khas tersendiri ataupun menjadi daya tarik bagi pembeli. Salah satu faktor penting dalam strategi pemasaran yang masih seringkali diabaikan oleh sebagian besar UMKM adalah desain label dan kemasan bagi produk yang dihasilkan. Label dan kemasan merupakan salah satu kunci bagi UMKM untuk lebih meningkatkan nilai jual produk (Nugrahani, 2015). Dalam suatu penjualan, merek dan kemasan harus memiliki desain yang baik, sehingga memiliki suatu daya tarik bagi pembelinya.

Pendampingan ini dilakukan dengan meningkatkan transaksi penjualan, dengan cara memperbaiki desain kemasan dan transformasi kegiatan penjualan dari tradisional yang hanya mengandalkan relasi lama, ke penjualan modern, yaitu

mulai menggunakan layanan e-commerce. implementasi e-commerce melalui marketplace yang dilakukan oleh para pengusaha UMKM memberikan dampak positif ditengah pandemi Covid-19 pada ketahanan ekonomi UMKM (Awali & Riomah, 2020), Masyarakat semakin menghindari tempat umum dan toko offline, sehingga penjualan online untuk beberapa sektor meningkat (Sudaryono, Rahwanto, & Komala, 2020).

Rencana pemecahan masalah adalah dengan persiapan kegiatan mulai dari awal survei, sampai nantinya proses penyajian solusi kepada mitra. Persiapan yang dilakukan di antaranya adalah membuat perbaikan di sektor promosi penjualan, perbaikan label merk produk dan kemasan, perbaikan pada tata kelola tempat penyajian kerupuk kulit, perbaikan spanduk promosi baik secara nyata atau online serta perpindahan pola transaksi dari manual menjadi digital, dengan merujuk kepada pasar digital. Tujuan kegiatan ini diharapkan nantinya mulai dari meningkatnya proses penjualan, akan terjadi kenaikan grafik penjualan setidaknya 40% dari sebelumnya yang penurunan hingga 60% penjualan pada masa pandemic covid-19. Rangkuman kajian IPTEK yang diterapkan untuk memecahkan masalah mitra adalah mulai dari proses disain kemasan dengan proses digitalisasi, dan penjualan dengan pemanfaatan teknologi e-commerce.

Target capaian dan manfaat kegiatan dari pelaksanaan program pengabdian ini adalah mitra dapat telah dilakukan proses transformasi penjualan dari tradisional ke modern, pembangunan merek, perbaikan kemasan, membangun brand dari Kerupuk Jangek Pak Ali, kegiatan promosi dengan menggunakan media online dan juga media cetak atau leflet, serta melakukan mempublikasikan dalam bentuk video youtube dan portal berita. Dengan dilakukannya kegiatan tersebut, maka diharapkan dapat terjadinya proses kenaikan produktifitas penjualan.

METODE

Isi Metode yang dilakukan pada saat pelaksanaan kegiatan dimulai dengan analisis kebutuhan, perancangan kegiatan dan implemetasi kegiatan, langkah pendampingan dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini :

Tabel 1.
Langkah Pendampingan

Variabel	Indikator	Pernyataan
Perbaikan kualitas label merek dagang usaha	Menggunakan merek dagang dan label dengan disain yang menarik	1. Merek dagang yang dihasilkan ditempelkan di plastik kemasan flip 2. Plastik dagang yang digunakan memenuhi kualitas SNI (Standar Nasional Indonesia)
Produktifitas pemasaran dengan digital marketing	Menaikan produktifitas pemasaran dengan sarana promosi online	Dengan adanya promosi online produktifitas pemesanan meningkat hingga 40%
Peningkatan standar kebersihan di masa pandemi	Menggunakan peralatan protokol kesehatan	Dengan mematuhi protokol kesehatan dapat mencegah karyawan terkena penyakit selama beraktifitas di UKM Kerupuk Jangek dan juga menjaga kebersihan produk khususnya di masa pandemi Covid19
Transformasi sistem penjualan tradisional ke modern	Menggunakan media e-commerce dan media sosial	Dalam upaya pengembangan transaksi penjualan, dan menjangkau penjualan yang lebih luas, maka penjualan dilakukan dengan menggunakan transaksi online, seperti Shopee atau media e-commerce lainnya.
Pemberdayaan masyarakat sebagai mitra usaha kerupuk kulit, untuk pertumbuhan ekonomi warga	Memupuk minat warga khususnya ibu rumah tangga yang memiliki waktu lebih sebagai mitra usaha UKM Kerupuk Jangek tersebut	Peningkatan dari pertumbuhan ekonomi warga, untuk bermitra dengan UKM Kerupuk Jangek tersebut.

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan mulai tanggal pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Minggu, 31 Agus – 14 September 2020 bertempat di UKM Kerupuk Jangek Pak Ali, yang terletak di Perum Malay Asri 5, Blok H No. 1, Desa Teluk Kenidai, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar.

Alat yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu berupa kamera, telepon genggam dan komputer untuk melakukan proses perekaman, software editing video, label merek yang didisain dengan corel dan dicetak dan software aplikasi shopee serta media sosial (Facebook, Instagram) dan portal berita online dan cetak, serta youtube untuk mendukung kegiatan pendampingan pemilik, ataupun mitra usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bahasan Pelaksanaan kegiatan pendampingan ini dilakukan pada hari Senin, 24 Agustus 2020 dan berakhir pada hari Sabtu, 12 September 2020. Waktu selama tiga minggu dipergunakan mulai dari pencarian informasi seputar usaha, menganalisa perkembangan usaha, memahami kendala yang dihadapi mitra, hingga membantu untuk penyelesaian masalah yang dihadapi.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara bertahap dan melalui rapat koordinasi, mulai dari pencarian informasi, perencanaan kerja, pembuatan program kerja, penyusunan rundown acara, hingga pelaksanaan pekerjaan, seperti pembuatan merek, desain, kemasan, dan semua hal lainnya yang mendukung perkembangan mitra.

Gambar 1. Logo, Label, dan Spanduk



Setelah desain merek maka langkah selanjutnya adalah melakukan pemasangan di plastik kemasan dengan memenuhi standar nasional Indonesia (SNI). Setelah terpasang maka selanjutnya adalah meletakkan lemari display di depan toko mitra, hal ini bertujuan agar ketika pemesan mengunjungi langsung outlet maka langsung nampak kerupuk tersebut sudah terpasang dan siap untuk dipesan.

Gambar 2.
Proses Peletakan Lemari Display dan Pemasangan Spanduk



Kemudian melakukan proses sosialisasi penggunaan aplikasi e-commerce sebagai media transaksi online dimasa pandemi, dan strategi pemasaran secara online atau dikenal dengan Digital Marketing, yaitu memanfaatkan media sosial sebagai wadah iklan layanan dan promosi. Tujuannya agar transaksi masih bisa berjalan dan produktifitas pemasaran secara digital tetap bisa dilakukan tanpa adanya hambatan.

Gambar 3. Promosi Media Online



Sosialisasi mitra kerupuk kulit sebagai penolong dimasa pandemi, untuk peningkatan perekonomian warga sekitar perumahan dengan memanfaatkan

sistem kerja paro waktu untuk pengemasan kerupuk kulit, Sosialisasi protokol kesehatan dimasa pandemi covid 19, untuk kesehatan karyawan dan mitra usaha kerupuk kulit, agar makanan tetap higienis dan keselamatan pekerja terjamin. Hal ini sangat berpengaruh kepada tingkat standar kesehatan dan produksi kerupuk kulit, karena jika mitra usaha sakit maka tentu produksi akan berhenti dan dapat memperburuk keadaan.

Gambar 4.
Sosialisasi Penyerahan Bantuan Protokol Kesehatan



Semua kegiatan ini bermanfaat jika semua point tercapai atau terpenuhi agar usaha kerupuk jangek pak ali tetap berjalan walaupun sedang krisis di era pandemi covid 19. Kenaikan pendapatan UKM Kerupuk Jangek Ali setelah dilakukan pendampingan dimulai pada bulan September 2019 dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 2. Pendapatan UKM Kerupuk Jangek Ali 2019

Bulan	Pendapatan	
	2019	2020
Januari	37.500.000	29.370.000
Februari	34.675.000	23.400.000
Maret	33.375.000	22.500.000
April	38.200.000	21.230.000
Mei	38.950.000	20.100.000
Juni	37.250.000	19.340.000
Juli	38.200.000	15.200.000
Agustus	36.250.000	12.300.000
September	34.250.000	21.111.000
Oktober	38.950.000	29.922.000
November	45.250.000	38.733.000
Desember	48.950.000	-

SIMPULAN

Simpulan dari pendampingan kegiatan ini adalah ketercapaian dari target yang disampaikan, bahwa dengan diadakan kegiatan ini produktifitas penjualan dan perbaikan merk dapat menaikkan tingkat pemesanan dan transaksi kerupuk kulit. Hal ini dibuktikan dengan kenaikan 30% sekitar Rp. 8.811.000 Omset mitra dari sebelumnya terdapat penurunan 40% Rp.19.580.000 dari 100%. Rp.48.950.000

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada pak Ali dan keluarga serta karyawan kerupuk jangek pak ali karena sudah memberikan informasi sehingga kami dapat melakukan proses pendampingan perbaikan baik secara mutu produk, ataupun dari aspek yang lain, dan terimakasih juga kepada berbagai pihak Rektor, Wakil Rektor, Pimpinan, panitia kukerta dan LPPM universitas abdurrahman karena telah memberikan kami waktu untuk menyelesaikan permasalahan mitra dan berkontribusi untuk masyarakat dan UKM didesa teluk kenidai. Serta rekan-rekan mahasiswa dan dosen atas kontribusinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Awali, H., & Riomas, F. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkn Di Kota Pekalongan Tengah Dampak Covid-19. *Balanca*, 2(1), 1–14.
- Burhanuddin, C. I., & Abdi, M. N. (2020). Ancaman Krisi Ekonomi Global dari Dampak Penyebaran Virus Corona (COVID-19). *AkMen*, 17(1), 90–98.
- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Journal BASKARA*, 2(2), 83–92. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.2.83-92>
- Hanoatubun, S. (2020). Universitas muhammadiyah enrekan. *EduPsyCouns*, 2(1), 146–153.
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm, *IX(2)*, 127–136.
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia , Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JUMANIS)*, 2(1), 200–213.