

STRATEGI USAHA SELAMA PANDEMI PADA UMKM PEMPEK DI KOTA PALEMBANG

Dasir¹, Dinarossi Utami², Innike Abdillah Fahmi³

¹Teknologi Pangan, Universitas Muhammadiyah Palembang, Indonesia

²Manajemen, Universitas Muhammadiyah Palembang, Indonesia

³Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang, Indonesia

jatiprahu@yahoo.co.id¹, dinarossiutami@gmail.com², innike@gmail.com³

ABSTRAK

Abstrak: Pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan pada berbagai sektor usaha termasuk usaha kecil mikro dan menengah. Bahkan banyak UMKM yang tidak lagi beroperasi dikarenakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat sebagai bentuk upaya pengurangan penyebaran Covid-19. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu UMKM pempek di Kota Palembang dalam mengatasi permasalahan usaha selama pandemi. UMKM Pempek yang menjadi mitra pada kegiatan ini adalah UMKM Pempek Eka. Tahapan kegiatan pengabdian dilakukan melalui dua kegiatan. Tahap pertama yakni perencanaan stok bahan baku, sedangkan yang kedua yakni pemasaran produk melalui media elektronik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa adanya kegiatan tersebut memberikan keterampilan baru bagi UMKM Pempek Eka. Hal ini terlihat pada evaluasi pengetahuan sebelum dilakukan pelatihan yakni sebesar 45%, dan 80% setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan. Selain itu, hasil kegiatan juga terlihat dari meningkatnya produksi pempek sebesar 125% dari sebelum dilakukan pelatihan mengenai perencanaan stok bahan baku dan meningkatnya hasil penjualan sebesar 75% setelah dilakukan pemasaran produk melalui media elektronik. Keberlangsungan UMKM diharapkan dapat menjadi salah satu tiang dalam menopang perekonomian daerah maupun nasional.

Kata Kunci: UMKM; Pempek; Stok; Media Elektronik.

Abstract: The Covid-19 pandemic has caused a decline in various business sectors, including small, micro, and medium enterprises. Many MSMEs are no longer operating due to the imposition of restrictions on community activities as an effort to reduce the spread of Covid-19. This activity aims to help Pempek SMEs in Palembang City in overcoming business problems during the pandemic. The Pempek SMEs that are partners in this activity are Pempek Eka SMEs. The stages of service activities are carried out through two activities. The first stage is planning the stock of raw materials, while the second is product marketing through electronic media. The results of the activity show that the existence of these activities provides new skills for Pempek Eka SMEs. This can be seen in the evaluation of knowledge before training, which is 45%, and 80% after training and mentoring. In addition, the results of the activity can also be seen from the increase in pempek production by 125% from before training on raw material stock planning and an increase in sales results by 75% after marketing the product through electronic media. The sustainability of MSMEs is expected to be one of the pillars in supporting the regional and national economy.

Keywords: SMEs; Pempek; Stock; Electronic Media.



Article History:

Received: 03-08-2021

Revised : 27-08-2021

Accepted: 30-08-2021

Online : 25-10-2021



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Usaha kecil mikro dan menengah merupakan salah satu pilar dalam perekonomian suatu negara. Bahkan UMKM juga merupakan kegiatan yang produktif yang terlihat dari perkembangannya di Indonesia (Fadilah, et al, 2020; Lili Marlinah, 2020; Raharja & Natari, 2021; Bahtiar, 2020; Kusumastuti, 2020). Semakin meningkatnya jumlah UMKM akan semakin meningkatkan peran dalam pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional.

Akan tetapi, dikarenakan adanya pandemi Covid-19 merubah semua keadaan. Covid-19 memberikan dampak besar bagi seluruh sektor di suatu Negara termasuk UMKM (Sanggrama, 2020; Ihza, 2020; Pakpahan, 2020). Peningkatan jumlah penduduk yang terinfeksi menyebabkan kebijakan pemerintah yang harus melakukan pembatasan skala nasional. Pembatasan tersebut menyebabkan berkurangnya waktu aktivitas masyarakat di luar rumah serta berkurangnya daya beli masyarakat terhadap barang. Sehingga menurunnya pendapatan masyarakat.

Berbagai upaya dilakukan pemerintah maupun masyarakat dalam membantu permasalahan UMKM yang terkena dampak pandemi Covid-19 (Amri, 2020; Hardilawati, 2020). Bantuan tersebut antara lain adanya program bantuan dari pemerintah, keringanan pembayaran pajak, serta peran masyarakat yang aktif di media sosial dalam mempromosikan UMKM melalui media elektronik tersebut.

Salah satu UMKM yang terkena dampak pandemi Covid-19 di Kota Palembang adalah UMKM Pempek. Pempek merupakan olahan pangan yang terbuat dari campuran ikan giling dan sagu serta bahan tambahan lainnya (Dasir, 2020). Pempek merupakan salah satu makanan khas masyarakat Sumatera Selatan dan sering menjadi makanan pendamping dan pengganti nasi. Sejak pandemi, terjadi penurunan permintaan pempek dan berdampak pada menurunnya, penjualan (Yuliani & Widyakanti, 2020), bahkan banyak usaha pempek yang tidak lagi beroperasi dikarenakan belum memiliki pemahaman mengenai manajemen produksi dan persediaan barang.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam mengatasi permasalahan usaha pempek selama pandemic. Usaha pempek yang menjadi mitra pelaksanaan pengabdian berlokasi di daerah Sako Kota Palembang. Pemilik usaha yakni Ibu Eka yang memulai usaha pempek sejak tahun 2010. Namun permasalahan usaha pempek Ibu Eka terutama pada persediaan dan memasarkan produk selama pandemi.

Pada saat proses produksi, Ibu Eka masih memproduksi pempek secara tradisional dimana membeli bahan baku sewaktu stok bahan baku habis tanpa adanya perencanaan. Oleh karena itu, fokus pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan manajemen persediaan dan pemasaran melalui media elektronik sebagai strategi usaha pempek

selama pandemi Covid-19 (Chaerani et al., 2020; Tri Mulyaningsih et al., 2019; Nanang Sugianto, 2021) . Kegiatan ini juga diharapkan akan memberikan dampak pada peningkatan produksi dan inovasi pelaku UMKM pempek khususnya dalam meningkatkan pendapatannya.

B. METODE PELAKSANAAN

Perencanaan kegiatan pengabdian dimulai dari observasi awal dengan survey dan wawancara mitra mengenai permasalahan yang sedang menjadi kendala. Setelah itu, tim pengabdian melakukan koordinasi terkait kegiatan yang akan dilakukan serta menyiapkan surat menyurat untuk perizinan pelaksanaan pengabdian.

Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan mempertimbangkan fokus permasalahan pada mitra yakni Ibu Eka. Sebelum pandemi Covid-19 usaha pempek Ibu Eka cukup berkembang dan sudah mempunyai empat orang karyawan. Oleh karena itu, pengabdian ini dilakukan dengan pengadaan pelatihan dan pendampingan langsung ke mitra dalam menyusun strategi usaha di masa pandemic.

Kegiatan pengabdian ini terdiri dari tiga orang dosen dari prodi Teknologi Pangan, prodi Manajemen dan prodi Agribisnis, serta satu orang mahasiswa dari prodi Agribisnis. Masing-masing anggota tim pengabdian melaksanakan tugas sesuai dengan bidang keahliannya yaitu :

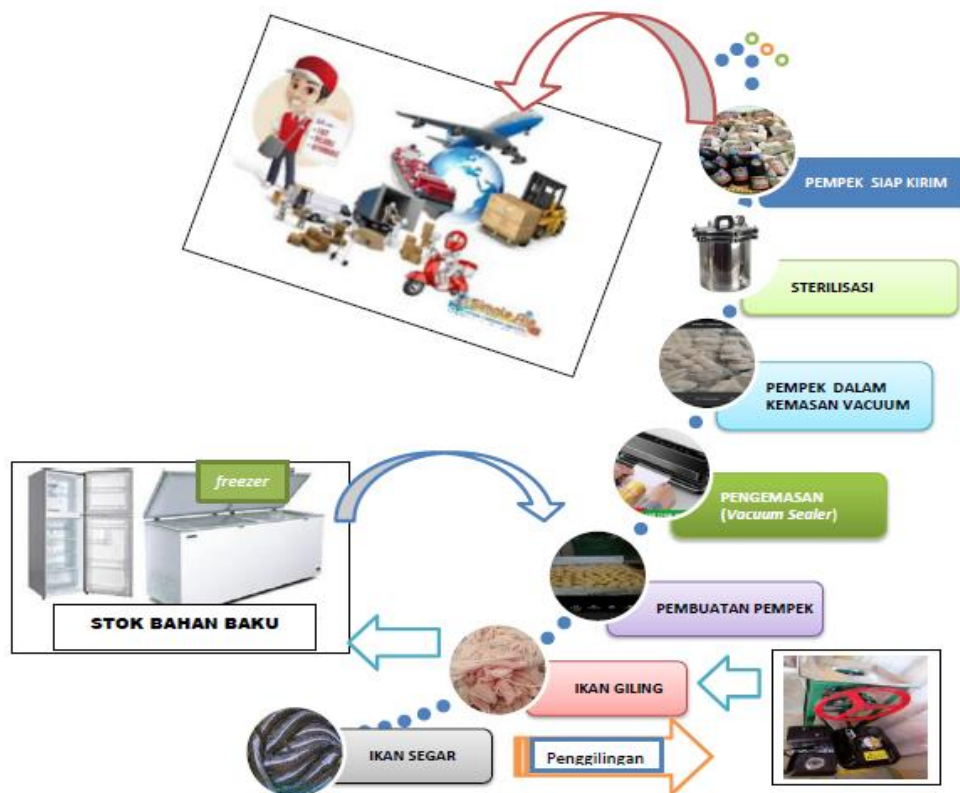
1. Bidang Teknologi Pangan: bertugas memberikan pelatihan dan pendampingan dalam proses produksi pempek sehingga produk pempek yang dihasilkan emmpunyai kualitas yang baik dan tahan lama.
2. Bidang Manajemen: bertugas memberikan pelatihan dalam manajemen persediaan bahan baku sehingga pemilik usaha mempunyai perencanaan produksi yang lebih baik.
3. Bidang Agribisnis: bertugas memberikan pelatihan dalam memasarkan produk melalui media elektronik.

Tahapan pengabdian terdiri dari dua kegiatan yakni perencanaan stok bahan baku dan pemasaran produk melalui media elektronik. Tahapan kegiatan pengabdian ini seperti pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Gambar Tahapan Kegiatan Pengabdian

Secara keseluruhan kegiatan pelaksanaan pengabdian ini dapat tergambar melalui Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Gambaran Kegiatan Pengabdian

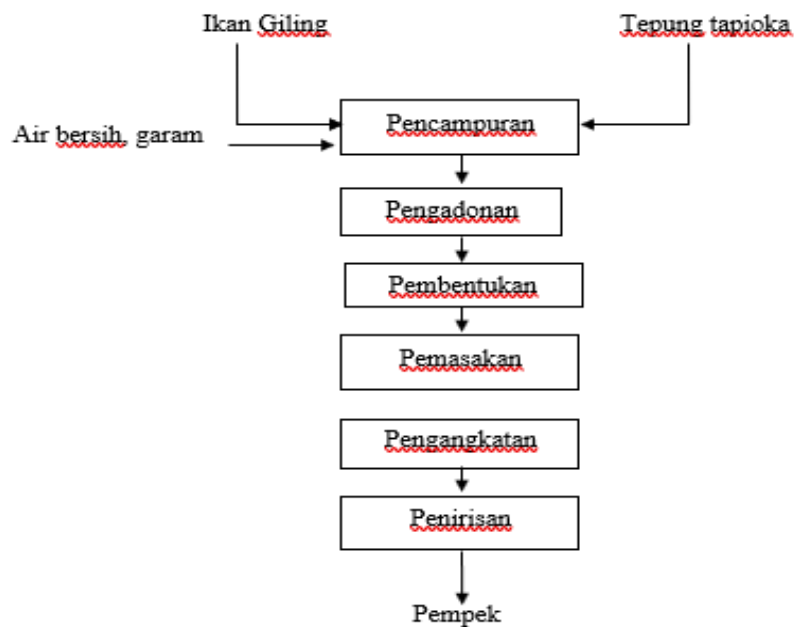
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada UMKM Pempek di Kota Palembang dengan mitra Pempek Ibu Eka memberikan hasil yang sangat baik. Hal ini terlihat dari semangat mitra dalam mengikuti proses pengabdian yang dilakukan selama lebih kurang tiga bulan. Beberapa kegiatan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Pelaksanaan Kegiatan Tahap I : Perencanaan Stok Bahan Baku

Setelah mengikuti pelatihan, pemilik usaha dapat memahami pentingnya mengatur persediaan bahan baku yang tepat. Apabila jumlah persediaan bahan baku terlalu besar maka akan mengakibatkan munculnya peningkatan biaya penyimpanan. Akan tetapi, jika persediaan bahan baku terlalu sedikit maka menyebabkan kerugian waktu dan tertundanya produksi produk penjualan.

Pelatihan dan pendampingan produksi merupakan kegiatan yang paling lama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, dikarenakan harus mempertimbangkan waktu dan pemilihan bahan baku yang sesuai dengan harapan. Pelatihan dimulai dari proses pemilihan bahan baku jenis ikan yang digunakan sampai dengan pendampingan penggunaan kemasan dan penyimpanan produk yang sudah siap untuk dipasarkan. Proses dalam pembuatan pempek seperti pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Proses Pembuatan Pempek

2. Pelaksanaan Kegiatan Tahap II: Pemasaran Produk

Pada pelaksanaan kegiatan tahap II, pelatihan awal dimulai dari pemahaman pemilik usaha mengenai adanya Konsep Bauran Pemasaran: *Product, Price, Place, Promotion*. Adapun hasil pelatihan awal tersebut yaitu:

- a. Pemilik usaha telah memahami bahwa produk pempek yang akan diproduksi harus memiliki kualitas yang baik dan higienis. Produk pempek yang dihasilkan juga harus selalu diperhatikan agar daya tahan produk terjaga. Apabila produk pempek yang dihasilkan baik maka dapat menciptakan kepuasan dan kepercayaan oleh pelanggan.
- b. Pemilik usaha juga sudah memahami pentingnya penetapan harga produk yang dihasilkan. Apabila harga jual produk terlalu tinggi akan mengakibatkan keterbatasan dalam memasarkan produk karena tidak semua pembeli mempunyai daya beli yang tinggi. Pemilik usaha sudah memahami bahwa penetapan harga yang tepat harus disesuaikan dengan biaya produksi yang dikeluarkan ditambah dengan besarnya keuntungan yang ingin diperoleh melalui beberapa pertimbangan sesuai tujuan keberlangsungan usaha.
- c. Pemilik usaha mempunyai tempat usaha yang cukup strategis dekat dengan pembelian bahan baku sehingga dapat memudahkan proses produksi dan mudah dicari oleh konsumen.
- d. Pemilik usaha sudah diberikan pelatihan mengelola media digital sebagai ajang promosi dan kerja sama dengan berbagai pihak dalam memasarkan produk pempek tersebut. Selain itu, kemasan yang menarik dan kedap udara juga diperhatikan sehingga kebersihan produk pempek tetap terjaga. Hasil kemasan produk pempek seperti pada Gambar 4 berikut.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan pada UMKM dengan mitra Pempek Eka di Kota Palembang dilakukan sesuai dengan tahapan-tahapan yang telah direncanakan. Setelah dilakukan kegiatan pengabdian, terdapat beberapa strategi usaha UMKM Pempek dalam mengatasi permasalahan selama pandemi Covid-19. Strategi usaha tersebut meliputi bagaimana pengaturan stok bahan baku melalui manajemen persediaan, proses produksi untuk menghasilkan produk yang baik dan higienis, serta penerapan konsep pemasaran dari produk berkualitas, harga yang terjangkau, tempat yang strategis dan promosi melalui media elektronik.

Pemilik usaha yakni Pempek Eka sebaiknya tidak hanya memfokuskan untuk mencari konsumen yang baru selama pandemi Covid-19, namun harus memfokuskan untuk mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan sehingga menumbuhkan kepercayaan konsumen serta akan meningkatkan loyalitas terhadap produk yang dijual. Hal tersebut juga menjadi salah satu strategi selama adanya pandemi Covid-19. Kegiatan ini diharapkan dapat terus dilakukan sehingga dapat membantu UMKM dalam mengatasi berbagai permasalahan usaha dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan memperkuat perekonomian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Riset dan Teknologi / Badan Riset dan Inovasi Nasional melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Serta Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Palembang yang membantu proses perizinan pelaksanaan kegiatan pengabdian.

DAFTAR RUJUKAN

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130. https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia
- Bahtiar, R. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Harian Spektrum*, 2, 1–11. <https://spektrumonline.com/2020/11/11/dampak-pandemi-covid-19-multidimensi/>
- Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya*, 9(4), 275. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>
- Dasir, Dinarossi Utami, E. (2020). *Iptek Bagi Umkm Kemplang Di Kampung Talang Jawa, Kota Palembang*.
- Fadilah Nur Azizah, Igo Fadilah Ilham, Liza Putri Aqidah, Safira Aliyani Firdaus, Setyani Agung Dwi Astuti, I. B. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal.

- OECOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62.
<https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
<https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Ihza, K. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4.
- Kusumastuti, A. D. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Eksistensi Bisnis UMKM dalam Mempertahankan Business Continuity Management (BCM). *EJournal Administrasi Bisnis*, 8(3), 224–232. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/4188>
- Lili Marlinah. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Nanang Sugianto, F. P. U. (n.d.). *E-Commerce Untuk Optimalisasi Pemasaran Produk Di Era Digital Bagi Usaha Mikro Kelompok Tani Pangestu Rakyat Desa Barumanis Kabupaten Rejang Lebong*. 14–20.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0), 59–64.
<https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Raharja, S. J., & 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.
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Sanggrama, E. B. (2020). Sebuah Solusi untuk Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 146–158. <http://journal.maranatha.edu>
- Tri Mulyaningsih, Lely Ratwianingsih, Arif Rahman Hakim, M. (2019). Digital branding dan Desain Optimalisasi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Makanan Tradisional di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 11, 89–95. <https://doi.org/10.24158/pep.2019.11.14>
- Yuliani, R., & Widyakanti, W. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label Pada UMKM. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2 SE-Articles), 71–76.
<http://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/KUAT/article/view/990>