

PELATIHAN CARA MENINGKATKAN PASAR SAAT COVID-19 KEPADA BEBERAPA HOME INDUSTRI DI DUSUN TANJUNGSARI, SUKOHARJO, NGAGLIK, KABUPATEN SLEMAN

Rokhana Dwi Bekti¹, Yohanes Meze², Maria Sulastris Halima³

rokhana@akprind.ac.id^{1*}

ohanmeze00@gmail.com²

lastryhalima@gmail.com³

Jurusan Statistika, Fakultas Sains Terapan, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta^{1,2,3}

ABSTRAK

Banyak strategi peningkatan pasar yang dapat dilakukan oleh home industry saat pandemi Covid-19, diantaranya memanfaatkan sosial media. Melalui media ini UMKM home insutri dapat melakukan promosi yang terstruktur, lebih luas, cepat, dan tepat sasaran. Home industri di RT 3 RW 5 Dusun Tanjungsari, Desa Sukoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman juga terus berusaha bertahan meningkatkan pasar dengan berbagai kendala akibat dampak Covid-19. Oleh karena itu tim memberikan materi pelatihan, pendampingan atau praktek penggunaan media sosial, dan perlengkapan pencegahan covid-19 beberapa home industry disana. Pelaksanaan adalah pada Oktober 2020. Semua pelaksanaan dilakukan dengan protocol kesehatan. Kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan terbukti mampu memberikan solusi bagi beberapa home industri, dengan sampel Best Dimsum Jogja, dalam memperluas pasar. Selain itu, Protocol kesehatan pencegahan Covid-19 juga menjadi perhatian utama bagi home industry baik di tempat produksi maupun penjualan. Hal ini unttuk menjaga kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: Peningkatan Pasar, Home Industri, Covid-19.

ABSTRACT

There are many market improvement strategies that can be carried out by the home industry during the Covid-19 pandemic, including utilizing social media. Through this media, home industry UMKM can carry out promotions that are structured, broader, faster, and right on target. Home industry at RT 3 RW 5 Tanjungsari, Sukoharjo Village, Ngaglik District, Sleman Regency also continues to try to survive increasing the market with various obstacles due to the impact of Covid-19. Therefore, the team provided training materials, mentoring or practical use of social media, and covid-19 prevention equipment for several home industries there. Implementation is in October 2020. All implementation is carried out with a health protocol. The training activities that have been carried out are proven to be able to provide solutions for several home industries, with the Best Dimsum Jogja sample, in expanding the market. In addition, the Covid-19 preventive health protocol is also a major concern for the home industry both in production and sales sites. This is to maintain consumer confidence.

Keyword : Market Improvement, Home Industry, Covid-19.

PENDAHULUAN

Home industri adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil, dimana kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah. Dapat dikatakan juga bahwa home industry adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan (Suryana, 2018). Banyak masyarakat yang memulai usaha ini sebagai alternatif kegiatan ekonomi di saat pandemi Covid-19. Hal ini karena home industry dapat memberdayakan masyarakat agar memiliki kemandirian dalam bidang ekonomi (Diana dan Laila, 2021).

Home industry merupakan salah satu jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Banyak UMKM saat ini yang terus bertahan atau bahkan tidak mampu bertahan. Pandemi Covid-19 telah banyak memberikan dampak besar bagi perkembangan UMKM (Suryani, 2021), diantaranya adanya pemberlakuan pembatasan social menyebabkan aktifitas produksi atau lainnya kurang optimal karena tenaga kerja bekerja dengan Wfh dan Wfo. Sementara itu, pada sisi permintaan, mereka mengalami permintaan yang berkurang karena daya beli masyarakat yang turun maupun UMKM yang belum memiliki strategi-strategi menghadapi pasar saat pandemi.

Banyak strategi peningkatan pasar yang dapat dilakukan oleh home industry, diantaranya memanfaatkan sosial media, memberikan layanan pesan antar, memastikan persediaan barang, menjaga kualitas barang, meningkatkan konten-konten media, berkomunikasi dengan konsumen dengan berbagai media, dan masih banyak lagi. Salah satu media yang sangat menguntungkan bagi peningkatan pasar adalah sosial media. Sosial media

adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan konsumen untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu (Afifah, 2015). Teknologi ini sangat memiliki peran penting untuk meningkatkan usaha/wirausaha, khususnya hasil penjualan.

Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan wilayah yang memiliki banyak UMKM yang terus berkembang. Kecamatan Ngaglik di Kabupaten Sleman merupakan wilayah yang memiliki banyak UMKM, dimana pada tahun 2020 terdapat 68.382 UMKM yang meningkat dibandingkan pada tahun 2019 yang sejumlah 41.852 UMKM (Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kab Sleman, 2021). Desa Sukoharjo memiliki kepadatan penduduk 1.885 jiwa/km² (BPS, 2021) juga memiliki UMKM yang terus berkembang.

Terdapat banyak warga yang memiliki usaha dalam bentuk home industri di wilayah RT 3/ RW 5 Dusun Tanjungsari, Desa Sukoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman. Mereka memiliki banyak peluang untuk mengembangkan usahanya. Beberapa home industry diantaranya usaha jasa dan kuliner. Salah satunya adalah Best Dimsum Jogja. Namun demikian, karena kondisi pandemi Covid-19 maka banyak kendala yang mereka hadapi. Beberapa kendala adalah kurangnya pengetahuan dan modal untuk meningkatkan pemasaran, khususnya melalui media online. Dengan demikian, mereka perlu mendapatkan materi terkait cara meningkatkan pasar di saat Covid-19. Untuk mendukung hal tersebut maka dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di wilayah tersebut.

Kegiatan pengabdian adalah berupa

pemberian pelatihan cara memanfaatkan media sosial dan penggunaan protokol Kesehatan Covid-19 dalam aktifitas produksi dan penjualan. Tim memberikan materi dan membantu membuat media social atau menyempurnakan media sosial yang telah ada. Terkait protokol kesehatan,

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan ini meliputi persiapan, pelaksanaan, pelaporan, evaluasi, hingga tindak lanjut. Tim adalah satu dosen dan dua mahasiswa sebagai asisten. Detail kegiatan adalah sebagai berikut:

a. Persiapan

Agar program ini dapat berjalan dengan lancar diperlukan beberapa persiapan diantaranya : menyusun kegiatan pelatihan, Menganalisis kegunaan dari program pelatihan, Menganalisis masalah yang akan timbul ketika pelatihan dimulai, meminta izin dari Ketua RT dan beberapa home industry, enyusun waktu pelaksanaan pelatihan, mempersiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan dalam pelatihan dan perlengkapan pencegahan Covid-19, hingga menyusun materi pelatihan.

b. Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara daring dan tatap muka kepada perwakilan pemilik home industri pada 23-24 Oktober 2020. Pelatihan dilakukan secara tatap muka pada salah satu home indusri yaitu Best Dimsum Jogja, yaitu memberikan materi tentang penggunaan

tim memberikan perlengkapan pencegahan covid-19 di tempat produksi maupun di tempat penjualan. Pemberian ini dikarenakan masih banyak usaha kuliner yang belum benar-benar menerapkan pencegahan Covid-19.

media social hingga memandu untuk menggunakannya. Sementara itu, tim hanya memberikan materi pelatihan dalam bentuk hardcopy kepada beberapa home industri lain.

Tim juga memandu Best Dimsum Jogja untuk praktek di media sosial secara daring. Selanjutnya juga ada pertemuan tatap muka untuk memberikan sumbangan perlengkapan pencegahan Covid-19. Pertimbangan tim baru mempraktekkan ke satu home industri adalah karena merupakan program awal untuk mengetahui detail permasalahan di home industry lain dan juga menghindari kerumunan.

Metode pelatihan terbukti masih relevan untuk membantu pemberdayaan masyarakat saat ini. Seperti yang dilakukan oleh Agustina, Kumalasari, dan Jaya (2021) dan Sunardi, Lesmana, Kartono, dan Rudy (2020).

c. Evaluasi

Evaluasi pelaksanaan dilakukan dengan memberikan kuisisioner ke mitra, yaitu perwakilan pemilik home industry (Best Dimusm Jogja) dan Ketua RT.

HASIL dan PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan pelatihan dengan tema “Cara Meningkatkan Pasar Saat Covid-19 kepada beberapa Homeindustry” dilakukan secara daring dan tatap muka pada 23-24 Oktober 2020. Pelatihan dilakukan dengan memberikan materi tentang penggunaan media social hingga memandu untuk menggunakannya. Materi yang diberikan meliputi:

- Peran UMKM dan home industry bagi perekonomian saat Covid-19
- Strategi meningkatkan pemasaran saat Covid-19.

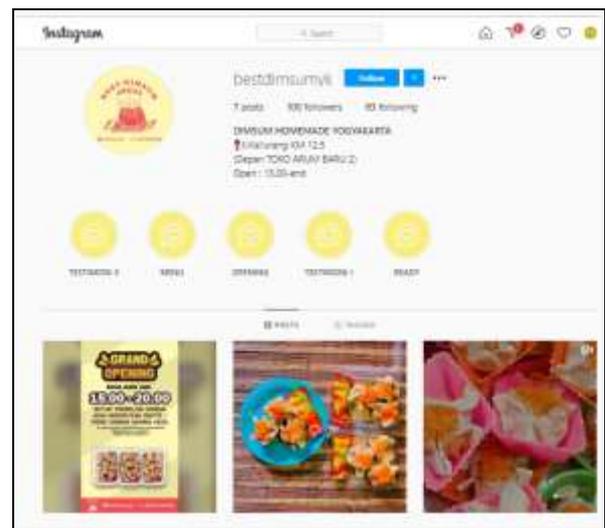
Strategi UMKM bertahan saat covid-19 adalah selalu responsif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan agar bisa terus bertahan, yaitu melakukan perdagangan secara e-commerce, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk, penambahan layanan, hingga menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan (Laura, 2020)

- Marketing secara digital
Digital marketing mampu menjangkau target pasar dengan lebih akurat dan efisien dari biaya dan mampu dievaluasi kinerjanya secara cepat. Salah satu keunikan digital marketing adalah para pengguna Internet telah mempunyai ketertarikan terhadap produk
- Manfaat
- Marketing melalui media social
Banyak media sosial yang dapat digunakan untuk pemasaran atau promosi sebuah produk atau jasa. Media sosial yang sering digunakan untuk pemasaran atau promosi di antaranya Facebook,

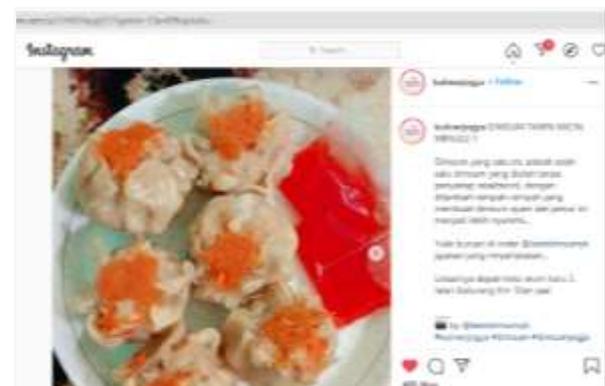
Instagram, dan Twitter. Melalui media ini UMKM bisa melakukan promosi yang terstruktur dan tepat sasaran

- Pembuatan konten promosi

Kegiatan ini juga memandu salah satu home industry, yaitu Best Dimsum Jogja, untuk membuat konten promosi dan mengiklankan usaha kulinernya. Hasil konten dapat dilihat di Gambar 1, yaitu video dan foto di akun IG @bestdimsumy. Selanjutnya juga memandu untuk iklan di @kulinerjogja. Dengan meningkatkan media sosial ini maka masyarakat luas akan lebih mengenal produk, mencoba membeli, hingga menjadi pelanggan.



Gambar 1 Konten di IG



Gambar 2 Iklan konten di @kulinerjogja

Sementara itu, pertemuan tatap muka dilakukan dengan menemui salah satu home industry, yaitu Best Dimsum Jogja, serta warga sekitar untuk memberikan sumbangan perlengkapan pencegahan Covid-19. Perlengkapan tersebut meliputi poster, masker, handsanitizer yang dapat digunakan di tempat produksi seperti di Gambar 3.



Gambar 3 Pelatihan dan Penyerahan alat Pencegahan Covid-19

Tim juga melakukan pendampingan dalam menggunakan protocol kesehatan di tempat penjualan (Gambar 4). Hal ini dilakukan dengan memberikan perlengkapan masker dan handsanitizer, serta sosialisasi bagaimana cara komunikasi yang benar dengan konsumen sehingga protocol kesehatan tetap diterapkan. Hal ini

dikarenakan masih banyak masyarakat yang telah mengetahui cara pencegahan, namun belum bersedia melakukannya.



Gambar 4. Sosialisasi Pencegahan Covid-19 di tempat penjualan

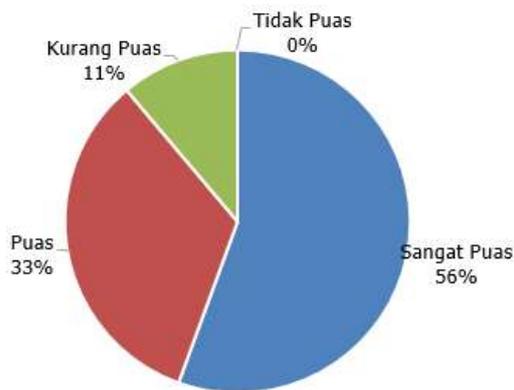
3.2 Evaluasi Program

Sebagai bahan evaluasi maka tim juga meminta perwakilan homeindustri dan Ketua RT untuk mengisi kuisisioner tentang tanggapan mereka terhadap pelatihan dan materi yang diberikan. Mereka menyatakan bahwa kegiatan ini sangat memberikan manfaat dalam mempertahankan maupun meningkatkan usaha saat pandemic Covid-19. Beberapa masukan yang diberikan diantaranya:

1. Perlu materi cara memanfaatkan barang bekas menjadi lebih bernilai ekonomi
2. Banyak praktek penggunaan e-marketig

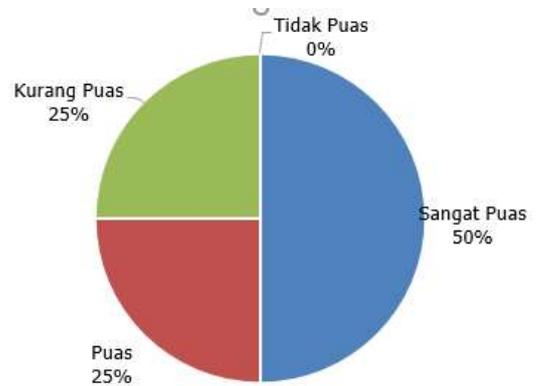
Hasil kuisisioner dapat dilihat di Gambar 5 dan Gambar 6. Responden adalah pemilik beberapa home industri dan warga sekitar. Dapat diketahui bahwa kegiatan mampu memberikan banyak manfaat. Sejumlah 56% responden menyatakan sangat puas terhadap kegiatan pelatihan karena mampu meningkatkan pengetahuan/kemampuan/keterampilan. Selain itu, sejumlah 50% responden menyatakan bahwa kegiatan pengabdian memberikan manfaat ekonomi dan sosial. Namun demikian, masih ada 25% responden menyatakan kurang puas karena memang

kegiatan ini hanya dilaksanakan dalam waktu singkat dan kurang optimal karena perlu menerapkan protocol kesehatan.



Sumber : Survei, 2020

Gambar 5. Tingkat Kepuasan Mitra Bahwa Pelatihan mampu meningkatkan pengetahuan/kemampuan/keterampilan



Sumber : Survei, 2020

Gambar 6. Tingkat Kepuasan Mitra Bahwa Kegiatan Pengabdian Memberikan Manfaat Ekonomi dan Sosial

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang berupa pelatihan cara meningkatkan pasar saat Covid-19 kepada beberapa home industri di Dusun Tanjungsari, Desa Sukoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman merupakan bentuk dukungan dari akademisi untuk memberikan strategi bagi home industri tetap bertahan saat Covid-19. Pengetahuan tentang strategi, khususnya memanfaatkan media sosial, sangat dibutuhkan oleh mereka. Kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan terbukti mampu memberikan solusi bagi beberapa

home industri, dengan sampel Best Dimsum Jogja, dalam memperluas pasar.

Protocol kesehatan pencegahan Covid-19 juga menjadi perhatian utama bagi home industry baik di tempat produksi maupun penjualan. Hal ini untuk menjaga kepercayaan konsumen. Selanjutnya, kegiatan pengabdian dapat dilakukan dengan materi peningkatan pasar menggunakan metode lain, seperti peningkatan kualitas produk maupun manajemen keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, I., Kumalasari, I., & Jaya, H. (2021). Pelatihan Pemeriksaan Payudara Sendiri (Sadari) Pada Siswi SMA Bina Lestari Kecamatan Gandus Sebagai Upaya Pencegahan Kanker Payudara. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 72-82.
- Bekti, R. D., Suryowati, K., & Suseno, H. P. (2020). Pemberian Sosialisasi dan Bantuan Pencegahan Covid-19 bagi Warga Malangan Kota Yogyakarta Berdasarkan Analisis Tingkat Pengetahuan. *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3 (3), 99-105.
- BPS. 2021. *Kecamatan Ngaglik dalam Angka 2020*. Jakarta : BPS
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman. 2021. *Data UMKM*. Diakses pada Januari 2021 di <https://dinkopukm.slemankab.go.id/data-statistik/data-ukm/>
- Diana, D., & Laila, N. (2021, February). Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di masa Pandemi Covid 19. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Mola, T. (2020). *Ini Alasan Digital Marketing Makin Penting saat Pandemi*. Diakses pada September 2020 di <https://teknologi.bisnis.com/read/20200929/84/1297962/ini-alasan-digital-marketing-makin-penting-saat-pandemi>
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Suryana, S. (2018). *Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Melalui Home Industri Di Desa Karang Anyar Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Suryani, E. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap UMKM (studi kasus home industri klepon di Kota Baru Driyorejo). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1591-1596.