

**Laporan Akhir Pengabdian Kepada Masyarakat
FEB – Universitas Tarumanagara
Periode Januari –Juni 2020**

**PENDAMPINGAN PEDAGANG KAKI LIMA TERDAMPAK PANDEMI
COVID-19 DALAM PENGEMBANGAN BISNIS KULINER MELALUI
MEDIA SOSIAL DI KELURAHAN TANJUNG DUREN UTARA
JAKARTA BARAT**

Dra. Khairina Natsir, MM (NIDN: 0307115901/NIK:10190049)

Pendahuluan

Terjadinya wabah pandemi virus Covid-19, selain berdampak serius terhadap kesehatan manusia, juga melemahkan perekonomian nasional dan internasional. Berbagai sektor industri, termasuk bisnis kuliner mengalami gangguan seperti pasokan bahan baku, permintaan produk, kekurangan tenaga kerja, dan ketidakjelasan usaha.

Untuk mencegah penyebaran virus ini, berbagai negara telah menerapkan kebijakan *social distancing* (atau *physical distancing*) dan bahkan *lockdown*. Pemerintah Indonesia juga telah menerapkan *physical distancing*, yang kemudian ditingkatkan menjadi PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Masyarakat dianjurkan untuk tetap berada di rumah (*stay at home*) dan hanya boleh keluar rumah untuk keperluan yang sangat mendesak saja sambil tetap menerapkan protokol kesehatan.

Bencana pandemi Covid -19 ini tidak hanya berdampak serius pada kesehatan masyarakat, namun juga merusak stabilitas ekonomi dengan skala cakupan lokal, nasional dan bahkan global. Berbagai sektor industri mengalami berbagai gangguan seperti pasokan bahan baku, permintaan produk, kekurangan tenaga kerja, dan ketidakjelasan kelanjutan usaha.

Menurut (Sihaloho, 2020) dampak negatif yang sangat besar sudah dapat dilihat dari sisi industri di Indonesia. Per 7 April 2020 saja, Kemenaker mencatat sudah ada 1,4 juta lebih pekerja di seluruh Indonesia yang terkena dampak langsung wabah covid-19 atau corona. Terdapat 41.876 perusahaan sektor formal yang merumahkan atau mem-PHK tenaga kerjanya sebanyak 1.052.216 orang dan terdapat 36.298 perusahaan sector informal yang merumahkan atau mem-PHK tenaga kerjanya sebanyak 374.851 orang (Ezizwita & Sukma, 2021).

Dampak wabah COVID-19 berimbas pada banyak sektor kehidupan tak terkecuali lapisan masyarakat bawah seperti para Pedagang Kaki Lima (PKL). Para PKL ini merasakan kerugian akibat menurunnya pembeli. Gerakan #DiRumahAja membuat perekonomian pedagang kaki lima merosot (Zulmi, 2020).

Tidak terkecuali bagi PKL di daerah sekitar kampus II Universitas Tarumanagara. Kehidupan sekitar kampus yang biasanya dipenuhi dengan mahasiswa dan karyawan mendadak sepi. Kos-kosan mahasiswa menjadi kosong karena mahasiswa lebih memilih pulang ke daerahnya masing-masing. Tidak ada lagi rombongan mahasiswa dan karyawan yang mencari jajanan di warung-warung sekitar karena sekarang diperlakukan kuliah *online* dan *work from home*. Para PKL yang biasanya berjualan makanan dan jajanan di sekitar kampus mendadak kehilangan mata pencaharian mereka, akibatnya bisnis para PKL ini langsung anjlok dan keuangan keluarga mengalami defisit.

Tetapi kehidupan para PKL harus terus berjalan, kebutuhan sehari-hari harus tetap dipenuhi. Bisnis Kuliner seharusnya tidak akan pernah mati, karena makanan adalah kebutuhan pokok yang akan selalu dicari kemanapun dan kapanpun.

Oleh karena itu yang diperlukan sekarang adalah suatu terobosan baru dalam berbisnis kuliner. Mencari cara bagaimana bisnis kuliner tersebut tetap dapat berjalan tanpa melanggar ketentuan pemerintah untuk tetap menjaga jarak dan tanpa berkerumun.

Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dialami mitra adalah :

1. Bisnis Kuliner yang biasanya dijalankan oleh para pedagang Kaki Lima sekarang ini tidak lagi dapat dilakukan secara normal karena adanya pandemic Covid-19, dimana pemerintah membatasi seluruh kegiatan yang menimbulkan berkumpulnya orang-orang dalam jarak yang dekat.
2. Mitra belum terlalu menguasai teknologi pemasaran secara online melalui media sosial yang seharusnya dapat digunakan untuk memasarkan produk secara online tanpa harus bertemu muka dengan konsumen.

Tujuan Kegiatan

Berdasarkan kepada permasalahan yang dialami oleh mitra seperti yang disebutkan di atas, maka melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini kami melakukan pelatihan menjalankan bisnis kuliner dengan memanfaatkan perangkat teknologi yang selama ini sudah sangat familiar

dengan para pedagang semuanya sebagai sarana komunikasi antara penjual dengan konsumennya, yaitu memanfaatkan media sosial yang ada di handphone masing-masing pedagang PKL yang berlokasi di sekitar kampus II Universitas Tarumanagara, Jln Tanjung Deren Selatan. Grogol.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mendorong para PKL untuk meningkatkan pemasaran dan nilai produk kuliner dengan rincian sebagai berikut:

1. Melakukan pelatihan/penyuluhan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang penggunaan media sosial yang mempunyai sisi lain yang tidak kalah penting dari sekedar menggalang pertemanan saja, tetapi merupakan suatu saluran yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas pemasaran produk yang mereka hasilkan.
2. Melakukan pelatihan/penyuluhan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang perlunya pengetahuan dan etika yang perlu dipegang dalam penggunaan media sosial untuk memperluas bisnis kuliner yang berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Metode yang dipakai dalam PPM ini adalah metode penyuluhan berupa penjelasan dan pembahasan mengenai materi penggunaan media social untuk pemasaran produk kuliner. Pelatihan juga dilengkapi dengan simulasi mulai dari mengambil foto produk yang akan dipasarkan sampai dengan mengunggah produk tersebut ke media sosial. Hal ini dilakukan untuk membantu mengatasi permasalahan mitra, dalam hal ini para pelaku usaha mikro (PKL) dalam menjalankan bisnisnya secara online. Kegiatan dilaksanakan di lokasi di samping kampus II Universitas Tarumanagara, Jl Tanjung Duren Utara Jakarta Barat. (kantor RW Tanjung Duren) pada hari Jumat 24 April 2020 dengan tetap memperhatikan prokes. peserta diberi pelatihan secara bergantian dalam 2 sesi, masing-masing sebanyak 10 orang peserta, sehingga antar peserta tetap dijaga jarak berjauhan. Kegiatan ini dilakukan dalam satu hari dari siang sampai sore yaitu dimulai dengan acara pembukaan, pembagian modul, penjelasan isi modul, materi penggunaan media sosial untuk memasarkan produk. Target khusus adalah para pedagang kaki lima mampu menggunakan social media seperti WhatsApp atau Instagram untuk memasarkan produk kuliner ke pelanggan. Pencapaian target ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan cara menggunakan media social di handphone, mengambil foto produk dengan benar, mengunggah ke media sosial dan menanggapi jika ada pesanan yang masuk.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan penggunaan media social untuk mengembangkan usaha kuliner ini dikhususkan untuk para pedagang kaki lima yang biasanya mangkal di sekitar kampus II Universitas Tarumanagara yang berlokasi di Jl. Tanjung Duren, Jakarta Barat. Adapun materi dibagi menjadi 2 sesi, yaitu:

Sesi 1: Pelatihan mengenai pengenalan tentang pemasaran online dan strategi produk pada pemasaran online melalui media sosial

Sesi 2: Pelatihan mengenai penerapan etika dalam bisnis melalui media sosial

Waktu dan Lokasi Kegiatan diatur sebagai berikut:

Tabel 1 :Waktu dan Lokasi Kegiatan

Tahap	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
Persiapan	1. Analisis Kebutuhan pelatihan	Januari 2020
	2. Penyusunan Proposal PPM	Januari 2020
	3. Penyusunan Modul Pelatihan	Maret 2020
	4. Perencanaan Alur Kegiatan Pelaksanaan Pelatihan	Maret 2020
Pelaksanaan	Pelatihan	Jumat 24 April 2020
Penyelesaian	Penyusunan Laporan	Akhir Juni 2020

Susunan Acara Kegiatan:

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dimulai pada pukul 09.00 dengan susunan acara sebagai berikut :

Tabel 2 : Susunan Acara PPM

Pukul	Kegiatan
08.30 -09.00	Pembukaan oleh Ketua RW
09.00 – 11.00	Pelatihan Pemasaran Online untuk Mendukung Komunikasi Pemasaran produk Kuliner di Kelurahan Tanjung Duren, Jakarta Barat Mengenal etika bisnis melalui media sosial
11.00 -12.00	Praktek membuka social media, mengambil foto produk, mengunggah foto produk dengan memanfaatkan ponsel masing-masing
12.00- 13.30	Sholat Jumat
13.30 – 16.00	Lanjutan untuk 10 peserta berikutnya.

Peserta yang hadir dalam kegiatan ini hanya 17 orang dari 20 orang yang diundang. Peserta pada umumnya sudah mempunyai usaha dalam bidang kuliner nasi goreng, ayam penyet, warung sunda, warung padang, dll.

Sebagai kontribusi, tim juga memberikan modul pelatihan yang dibagikan pada seluruh pesera pelatihan.

Sekilas mengenai materi yang disampaikan antara lain mengunduh aplikasi WhatsApp dan Instagram jika belum ada, mendesain kemasan produk agar menarik dan higienis, mengambil foto produk, mengunggah foto produk ke media social WhatsApp dan Instagram. Semua praktek ini dilakukan menggunakan handphone masing-masing peserta. Selain itu di sampaikan juga materi mengenai bagaimana memberikan pelayanan kepada konsumen dan etika penggunaan media social dan etika dalam berbisnis.

Kesimpulan

Pelatihan Pemasaran Online untuk Mendukung Komunikasi Pemasaran Produk Kuliner di Kelurahan Tanjung Duren, Jakarta Barat dapat disimpulkan berjalan dengan baik. Peserta yang pada umumnya berprofesi sebagai pedagang kaki lima sangat bersemangat dengan kegiatan ini. Hal ini dikarenakan mereka sangat membutuhkan bantuan dalam hal suatu kunjungan berupa transfer dan pengaplikasian ilmu pengetahuan dan ketrampilan untuk mendukung pemasaran bidang usaha dan nafkah mereka ditengah masa sulit pandemi covid-19.

Daftar Pustaka

- Ezizwita, & Sukma, T. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51–63. <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.169>
- Sihaloho, E. D. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *ResearchGate, April*, 1–6. [Awww.researchgate.net](http://www.researchgate.net)
- Zulmi, S. N. (2020). *Dampak Covid-19 Terhadap Penurunan Pendapatan Pedagang Kaki Lima*. Kumparan.Com.

