PRO SEJAHTERA
(Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat) *p-ISSN 2656-5021*
Volume 4 Halaman 66-70 Maret 2022 *e-ISSN 2657-1579*

PENYULUHAN DAN PENDAMPINGAN PENGGUNAAN *VACUUM SEALER* UNTUK PENGEMASAN PRODUK DAN PEMASARANNYA MELAUI *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA MASYARAKAT TERDAMPAK COVID-19 DI KELURAHAN ALALAK UTARA BANJARMASIN

Anna Nur Faidah[1*], Laila Refiana Said[1], H. Riza Firdaus[1], Gt Rina Fariany[1], Sufi Jikrillah[1], Widyarfendhi[1]
[1] Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia
*Penulis korespondensi: anurfaidah@ulm.ac.id

Abstrak. Pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat menjalankan pembatasan sosial atau *physical distancing* berimbas pada pekerjaan dan penurunan pendapatan masyarakat. Banyak pekerja yang kehilangan penghidupannya, baik karena dirumahkan tanpa gaji maupun di PHK. Pelaku usaha juga terimbas karena sepinya permintaan pada produk atau bahkan terhenti sama sekali. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bertujuan memberikan pelatihan, penyuluhan dan pendampingan pada pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang terdampak pandemi, sehingga memberikan solusi ekonomi atas sepinya permintaan produk dan hilangnya usaha bisnis ini. Solusi yang dapat diaplikasikan diantaranya adalah dengan memunculkan keberanian untuk memulai usaha sendiri melalui kewirausahaan dengan membuat produk yang berkualitas, tahan lama, lebih sehat dan dibutuhkan banyak orang. Kegiatan PKM ini mensosialisasikan pengemasan beras coklat dengan teknologi *vacuum sealer* (alat vakum makanan) serta melengkapi sistem pemasaran konvensional/*offline* dengan *Social Media Marketing.* Peserta PKM sebanyak 10 orang untuk dua tahap kegiatan. Pertama, pelaksanaan penyuluhan tentang pentingnya kewirausahaan di saat pandemi Covid-19. Pengenalan manfaat alat *vacuum sealer* diberikan dalam tahap ini dengan tetap menjalankan protokol kesehatan. Kedua, praktek secara langsung cara kerja *vacuum sealer*. Dalam tahap ini dipraktekkan cara mengemas beras coklat dan cara memasarkannya melalui media sosial instagram. Setiap peserta langsung belajar mengoperasikan *vacuum sealer* dan jika mengalami kekeliruan dapat segera diperbaiki oleh tim pengabdi. Hasil kegiatan menunjukkan tidak ada kesulitan yang berarti dalam penggunaan *vacum sealer*, setelah beberapa kali mencoba peserta mampu menghasilkan kemasan yang rapi. Sesi pemanfaatan instagram juga relatif mudah dilaksanakan karena beberapa peserta ada yang sudah terbiasa dengan media sosial.

Kata kunci: covid-19, *physical distancing, vacuum sealer, social media marketing*, kewirausahaan

1. PENDAHULUAN

Physical distancing diterapkan pemerintah Indonesia terjabar dalam bentuk Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang bertujuan menghentikan laju penyebaran covid 19 agar tidak terus meluas dan segera berkahir. Pelaksanaan PSBB ditekankan dengan cara mengatur masyarakat untuk tak berkerumun saat berada dalam keramaian, memiliki jarak aman 1 meter dengan orang lain, menerapkan protokol kesehatan sering cuci tangan dan mengenakan masker saat keluar rumah, menutup tempat- tempat ibadah, pusat perbelanjaan, pasar tradisional dan melarang berbagai kegiatan yang berpeluang menghadirkan orang banyak.

Pandemi Covid-19 yang disusul dengan diterapkannya PSBB dari satu sisi telah memunculkan masalah ketenagakerjaan. Data Kemenaker menunjukkan, hingga 27 Mei 2020, terdapat 1,79 juta pekerja yang dirumahkan atau terkena PHK akibat pandemi (tirto.id 2 Juni 2020). Dampak nyata dari fenomena ini adalah gelombang pengangguran besar-besaran yang kehilangan penghasilan sebagai sumber penghidupan. Sementara bantuan biaya hidup dari pemerintah untuk mereka yang terdampak Covid-19 bersifat tak merata. Ada masyarakat yang mendapakan bantuan, namun ada juga yang tidak. Bantuan pemerintah pun hanya bersifat sementara, masyarakat tak mungkin permanen dibantu sepanjang hidup.

Maka di tengah kebingungan atas kondisi ekonomi yang tak menentu, banyak memunculkan kreatifitas baru dari masyarakat sebagai upaya mempertahankan kelangsungan hidup. Ada yang pulang kampung berpindah profesi menjadi petani, atau beralih menjadi wirausaha. Berbagai macam produk dihasilkan dari tangan-tangan terampil yang tak kenal lelah. Produk makanan, masker wajah *fasionable*, jasa kurir antar jemput makanan, dan

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

banyak yang lainnya yang mungkin tak terpikirkan sebelum ada pandemi.

Namun banyak juga masyarakat yang tak tahu harus bagaimana, karena ketiadaan modal dan himpitan biaya hidup yang menuntut dipenuhi setiap hari. Sementara lapangan pekerjaan di berbagai sektor makin berkurang. Angka pengangguran dan PHK yang sesungguhnya bisa jadi jauh lebih besar dari data yang ada, karena tidak semua sektor terutama di sektor rumah tangga dan Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat terdata semua.

Ibu-ibu pekerja yang biasa beraktifitas berdagang non bahan pokok, terutama bagi kalangan pedagang di sekolah-sekolah dan perkantoran, serta yang bekerja sebagai pembantu rumah tangga adalah salah golongan yang terdampak pandemi. Di sektor rumah tangga, banyak pembantu yang kehilangan pekerjaannya. Majikan-majikan mereka *work from home* atau bahkan dirumahkan/diberhentikan sehingga para wanita pekerja rumah tangga pun kena imbasnya. Sang majikan tak lagi mampu menggaji mereka atau karena PSBB yang membatasi orang luar keluar masuk ke dalam rumahnya. Situasi ini karena pembantu rumah tangga tak semua mau tinggal serumah dengan majikan. Para pembantu lebih memilih pulang pergi, berangkat pagi pulang sore karena kewajiban mengurus anak dan suami di rumah.

Seperti yang dialami ibu hajjah Jannah, mantan TKI Saudi di masa mudanya, yang semula bekerja sebagai PRT dari pagi hingga menjelang maghrib, kini menjadi pengangguran. Usaha sampingan jualan gado-gado sepulang kerja pun harus ditutup karena selama masa pandemi sepi pembeli. Sedikit tabungan yang disisihkan dari upahnya sebagai PRT terpakai semua untuk makan sehari-hari. Ibu Jannah adalah sosok ibu RT yang memerankan tugas utama sebagai pencari nafkah. Selama 15 tahun ini suaminya *stroke* dan hanya berbaring di tempat tidur. Putri sulungnya bisu sejak lahir dan ditinggalkan suami saat hamil. Anak bungsunya masih SMP. Cucu lelaki baru berusia 8 tahun. Maka makin berat bebannya karena harus menghidupi suami, 2 orang anak dan 1 cucu di tengah pandemi yang memaksanya harus dirumahkan tanpa gaji.

Kasus lainnya dialami oleh ibu Rabiatul. Selama ini mata pencaharian tetap beliau adalah berjualan jajan dan makanan anak di sebuah Sekolah Dasar dekat tempat tinggalnya. Namun bersamaan dengan pemberlakuan PSBB, anak-anak sekolah ditetapkan Pemerintah untuk belajar dari rumah, sehingga ibu Rabiatul tak berjualan lagi. Sebagai janda dengan 2 orang anak yatim, beban biaya hidup terasa amat memberatkan. Sejak tak lagi berjualan, maka tak lagi ada pemasukan. Modal berdagang pun pelan-pelan habis untuk biaya hidup. Sementara anak sulungnya yang bekerja sebagai ojek *online* dan diharapkan membantu perekonomian keluarga pun mengalami nasib yang sama, sepi orderan sejak pandemi. Kehidupan ekonomi keluarga benar-benar terpuruk setelah hampir tiga bulan menganggur, dan tak tahu entah sampai kapan pandemi berlalu.

Lain halnya yang dirasakan oleh ibu Ermawati. UKM kateringnya di sekolah-sekolah yang melayani konsumsi, makan siang para guru dan karyawan berhenti total. Sejak ditetapkan PSBB di kota Banjarmasin yang menetapkan anak-anak sekolah belajar di rumah hingga kini, tak lagi memiliki penghasilan sepeserpun. Pun pekerjaan sampingannya sepekan 2-3 kali selama 1-2 jam bersih-bersih rumah, menyuci dan setrika tak lagi ada. Pandemi Covid-19 benar-benar telah memperburuk ekonomi keluarga. Sekitar 3 bulan tak ada penghasilan telah menjadikan modal usaha kateringnya pun ikut hilang untuk memenuhi biaya hidup.

Berdasarkan pemaparan tersebut dan hasil diskusi dengan mitra, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan mitra sebagai berikut :

1. Bagaimana upaya yang dapat dilakukan untuk dapat bertahan secara ekonomi di situasi pandemi setelah diberhentikan bekerja?
2. Bagaimana upaya yang dapat dilakukan terhadap sepinya permintaan atas produk yang dihasilkan setelah ditutupnya sekolah-sekolah/ diterapkannya PSBB dalam situasi pandemi?

2. METODE

Kegiatan pengabdian diawali dengan pertemuan dan diskusi antara Tim Pengabdi dari FEB ULM dengan masyarakat langsung yang terdampak Pandemi secara ekonomi. Khususnya ibu-ibu wanita pekerja yang memiliki usaha atau pekerjaan yang setelah terjadinya Pandemi Covid-19 dan diberlakukannya PSBB di Banjarmasin mereka kehilangan pekerjaan ataupun konsumen. Kemudian alternatif solusi yang dibuat oleh Tim Pengabdi ditawarkan dan didiskusikan dengan mitra agar bisa dilaksanakan bersama-sama.

Pengabdian dilaksanakan dalam bentuk ceramah/penyuluhan.dan pembelajaran langsung praktek yang kemudian akan tetap didampingi terutama ketika peserta PKM mengalami kendala dan kesulitan di lapangan.

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

Kondisi Pandemi secara langsung juga menguji jiwa kewirausahaan para pelaku UKM. Oleh karena itu pengarahan dan penyuluhan tentang kewirausahaan juga akan dilakukan. Sebagai pengingat betapa diperlukan jiwa yang kuat, tangguh dan tak mengenal menyerah untuk mampu bertahan, dibutuhkan kemampuan tinggi menghadapi resiko usaha di masa penuh ketakpastian dan tantangan seperti saat ini. Sangat penting bagi setiap pelaku usaha untuk pantang menyerah dengan keadaan, setidaknya agar asap terus mengepul di dapur, dan tetap mampu berdikari, tidak mengandalkan bantuan dari orang lain maupun pemerintah yang jumlahnya sangat terbatas.

Suryana (2011:66) menyatakan bahwa "Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko baik waktu maupun uang". Selain itu, para pelaku usaha/wirausaha juga dituntut untuk mampu berinovasi dan berkreasi serta melakukan adaptasi baik dari sisi produk maupun pemasarannya dalam menjalankan usaha di masa pandemi.

Sesuai dengan pernyataan Dwi Riyanti (2003:29) bahwa usaha kecil berhasil karena wirausaha memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif. Mereka juga memiliki energi yang melimpah serta dorongan dan kemampuan asertif. Salah satu cara yang dapat diterapkan oleh para pelaku UKM ini adalah dengan melakukan penjualan *online* melalui *social media marketing* yang dinilai lebih adaptif terhadap kondisi pandemi. Dengan *social media marketing*, mampu menjangkau lebih banyak pasar sekalipun jarak jauh. Hal ini diharapkan juga bisa membantu mendongkrak pendapatan para ojek online.

Di era digital seperti saat ini *social media marketing* memiliki peranan yang sangat penting dalam memasarkan suatu produk. *Social media marketing* adalah sebuah proses pemasaran yang dilakukan melalui pihak ketiga yaitu website berbasis media sosial yang digunakan untuk promosi seperti Whatsapp, Twitter, Facebook, Instagram dan lain-lain. Di situasi seperti sekarang ini di mana masyarakat dihimbau untuk di rumah saja dan menjalankan PSBB dengan penuh disiplin untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19, *social media marketing* menjadi salah satu alternatif jual beli yang sangat membantu.

Menurut "Digital Around The World 2019", di Indonesia sendiri ada lebih dari 150 juta orang yang menggunakan media sosial dari total 268 juta penduduk. Setidaknya mereka menghabiskan waktu 3 jam 26 menit setiap harinya mengakses media sosial untuk tujuan apapun. Namun, banyak industri kecil menengah (IKM) dan UKM yang tidak melek teknologi untuk melakukan pemasaran online. Mereka hanya memasarkan produk secara *offline*/konvensional, sehingga sangat terdampak dengan adanya pandemi. Pelaku UKM banyak yang kolaps, tak mampu berproduksi lagi karena sepinya permintaan pembelian. Inilah yang menjadi salah satu alasan terbaik mengapa UKM harus mencoba memasarkan melalui media sosial, yakni karena konsumen menghabiskan sebagian besar waktunya di media sosial. Banyaknya aktivitas tersebut menghadirkan peluang besar untuk menjangkau konsumen dimana saja dan kapan saja. (https://www.jurnal.id/id/blog/social- media-marketing-ukm/).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi 2 tahap. Tujuannya adalah agar proses transfer ilmu pengetahuan dan teknologi dari tim pengusul mudah dipahami oleh masyarakat. Pada tahap Pengenalan Teori dan Alat dilakukan penyuluhan tentang pentingnya kewirausahaan, apalagi di saat adanya pandemi Covid-19 seperti saat ini, dimana angka PHK dan pengangguran akibat PHK semakin besar. Pengenalan alat juga diberikan dalam tahap ini dengan tetap menjalankan protokol kesehatan. Jarak antar peserta 1 meter, selalu menggunakan masker/*face shield* baik peserta mitra maupun tim pengabdi dan sering mencuci tangan. Untuk menghindari kerumunan maka peserta dibatasi maksimal 10 orang yang mewakili komunitas masyarakat terdampak Covid-19 dan ibu-ibu PKK Kelurahan Alalak Utara.

Tahap Praktek dilakukan dengan secara langsung menjelaskan cara kerja alat vakum makanan. Dalam tahap ini juga langsung dipraktekkan cara mengemas beras coklat. Setiap peserta langsung belajar mengoperasikan *vacuum sealer* dan jika mengalami kekeliruan dapat segera diperbaiki oleh tim pengabdi.

Masyarakat peserta yang mewakili komunitas terdampak Covid-19 dan ibu-ibu PKK berperan menyediakan tempat pelaksanaan penyuluhan sekaligus aktif mendengarkan dan melakukan tanya jawab serta praktek pengemasan dan mengoperasikan alat vakum makanan *(vacuum sealer).*

Setelah pengabdian selesai dilaksanakan maka dilakukan evaluasi. Evaluasi Pelaksanaan Program meliputi tahap pengenalan dan praktek yang dievaluasi untuk menjamin tercapainya tujuan dalam kegiatan

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

pengabdian kepada masyarakat. Hal-hal yang akan dievaluasi meliputi: a) Evaluasi dalam Tahapan Penyuluhan dan Pelatihan meliputi: analisis terhadap semangat, motivasi dan jiwa kewirausahaan, daya tangkap transfer ilmu dan kemampuan masyarakat dalam menerapkan mesin Vacuum Sealer secara tepat guna. b**)** Evaluasi dalam Tahapan Praktek meliputi ketrampilan masyarakat dalam mengemas produk dan mengoperasikan Vacuum Sealer tanpa banyak melakukan kesalahan.

Dalam hal Rencana Keberlanjutan Program Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam memproduksi beras coklat dan pemasarannya melalui media sosial (*social media marketing*) diharapkan dapat berlanjut. Keberlanjutan usaha dapat diperoleh ketika sebuah bisnis memiliki pendapatan yang merupakan selisih antara penerimaan dan pengeluaran. Jika penerimaan lebih besar dari pengeluaran maka akan terbentuk laba. Laba sebagai salah satu orientasi sebuah usaha harus terus diusahakan agar suatu bisnis dapat terus bertahan dan berkesinambungan. Kesinambungan tersebut akan tercapai antara lain, apabila pelaku usaha dapat terus berinovasi dan berkreatif dengan membuat produk massal yang lebih tahan lama, higienis dan sekaligus dapat membantu meningkatkan pendapatan pihak lain, seperti petani.

Selain itu masyarakat sasaran pengabdian dapat merambah pada produk lain dengan melakukan diversifikasi produk atau mengembangkan berbagai macam produk semisal aneka penganan yang dapat dijaga kualitas, ketahanan dan kehigienitasannya melalui alat *vacuum sealer* menyesuaikan dengan kondisi pasar. Jadi tidak berhenti hanya pada produk beras coklat saja. Dengan demikian *vacuum sealer* sebagai sebuah alat dan *social media marketing* sebagai salah satu bentuk pemasaran dapat dimaksimalkan pemanfaatannya baik untuk saat ini maupun di masa datang

Praktisii pemberdayaan ekonomi masyarakat, Sigit Iko Sugondo (kontan,co,id) memaparkan, UMKM bisa melakukan beberapa jurus ampuh agar usaha mereka tidak terhambat atau selamat melalui pandemi Covid-19 ini. Jurus pertama adalah kreativitas dan inovasi. Kedua, memastikan *cashflow* terjaga dengan sehat. Arus kas menjadi unsur paling penting dalam bisnis sehingga pemilik usaha harus mampu mengelola uang tunai secara optimal. Ketiga, UMKM harus memahami perubahan perilaku konsumen. Konsumen tidak menghilang, yang terjadi adalah perubahan tempat dan perilaku. Keempat, UMKM harus meninjau ulang produknya termasuk *customer profile*. Kelima, menyesuaikan strategi *customer relations* dan kanal penjualan. Jurus keenam adalah dengan merencanakan ulang pendapatan dan memangkas anggaran biaya. Ketujuh, UMKM dalam kondisi pandemik Covid-19 ini harus berkolaborasi, kerjasama usaha hingga dapat meningkatkan efisiensi, berbagi beban kerja dan bahkan mendapatkan ide-ide baru.

4. SIMPULAN

Kegiatan PKM telah dilaksanakan pada hari Selasa, 29 Sepetember 2020 pukul 14.00 hingga selesai sekitar pukul 17.00 WITA di kediaman Ibu Ketua RT 18 RW 02 Kelurahan Alalak Utara. Secara umum pelaksanaan kegiatan berjalan lancar. Sesi pertama adalah penyuluhan tentang manfaat, khasiat dan seluk beluk beras coklat dan dilanjutkan dengan tanya jawab dan diskusi. Sesi kedua adalah penyampaian materi tentang *social media marketing*. Namun ada sedikit hambatan cuaca yang kurang mendukung. Pada saat sesi penyuluhan kedua tentang *social media marketing* turun hujan yang sangat deras, sehingga kegiatan ceramah sementara dihentikan. Selanjutnya diganti dengan praktek penggunaan *vacuum sealer* dan pengemasannya dengan merek yang telah disiapkan sebelumnya, hasil dari kolaborasi dengan UMKM percetakan/sablon.

Beras coklat menjadi produk utama yang akan dipasarkan oleh ibu-ibu PKK kelurahan Alalak Utara yang tergabung dalam naungan UPPK Lanjung Uma. Beras coklat langsung diambil dari petani setempat yang menanam padi secara alami/organik tanpa penggunaan pestisida dan zat kimia lainnya.

Dalam rangka memaksimalkan penggunaan vacum sealer agar lebih bermanfaat dan mendatangkan nilai ekonomis, maka disamping produk utama berupa beras coklat ada juga produk lain yang diajarkan dan diproduksi. Produk tersebut adalah olahan kuliner *home made* seperti lumpia, sambosa, sambal goreng ikan tempe dan mustofa (kering kentang). Hal itu dimaksudkan untuk semakin membuka jalan bagi UKM terdampak pandemi lepas dari himpitan masalah ekonomi yang selama ini dihadapi.

Selanjutnya praktek penggunaan *Social Media Marketing* untuk memasarkan produk diajarkan secara periodik, tidak hanya saat pelaksanan penyuluhan saja namun juga di hari-hari berikutnya melalui pendampingan rutin mengingat pelaku UKM terdampak pandemi tersebut termasuk masyarakat yang gagap teknologi (gaptek). Jarang menggunakan fungsi telepon genggam selain untuk menelpon. Tim Pengabdi mendatangi ke rumah para

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

peserta terutama mereka yang belum terbiasa dengan media sosial. Mengajari perlahan-lahan mulai dari menginstal aplikasi hingga meng-upload foto produk-produk tersebut di media sosial, yang difokuskan pada Instagram.

Diharapkan dengan penyuluhan dan pendampingan secara langsung selama satu semester masyarakat telah cukup bekal dan mampu mandiri mengelola usahanya. Apalagi ada dua sektor usaha yang saling melengkapi diantara ibu-ibu peserta penyuluhan. Satu pihak ada yang memasarkan beras coklat, satu sisi ada yang membelinya secara rutin untuk pengolahan nasi kuning, dan nasi Samin. Berdasarkan kondisi seperti ini diharapkan terjadi kolaborasi dan kerjasama saling membeli dan menolong diantara pelaku UKM yang terdampak pandemi sehingga mampu bersaing di tengah situasi ekonomi yang belum stabil.

5. DAFTAR PUSTAKA

Dhewanto, W,dkk (2013).*Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Riyanti, B.P.D. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang. Psikologi Kepribadian*. Grasindo, Jakarta.

Saiman, L. (2009). *Kewirausahaan, Teori, Praktik dan Kasus-Kasus*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Suryana. (2011). Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat