

## Pendampingan Industri Kecil Menengah (Ikm) Skala Rumah Tangga Yang Terkena Dampak Pandemi Covid-19

Dwi Andika Ramadhan<sup>1\*</sup>, Kamilatu Nuur A'inii<sup>2</sup>, Weny Aspriani<sup>3</sup>,  
Aisyah Amalia Fauzi<sup>4</sup>, Nurul Fitriah<sup>5,\*</sup>

<sup>1\*</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 15419

<sup>2</sup>Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fak. Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 15419

<sup>3</sup>Prodi Administrasi Publik, Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 15419

<sup>4</sup>Prodi Pendidikan Agama Islam, Fak. Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 15419

<sup>5</sup>Prodi Agroteknologi, Fak. Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 15419

\*E-mail : nurul.fitriah@umj.ac.id

### ABSTRAK

Dampak pandemi *covid-19* yang cukup besar dialami sektor ekonomi dan sosial. Salah satu sektor yang terimbas *covid-19* adalah Industri Kecil Menengah (IKM). Mitigasi dampak pandemi *covid-19* dan kesiapan IKM memasuki era *new normal* sangat membutuhkan perhatian dari semua komponen bangsa. Momentum KKN online yang diselenggarakan LPPM UMJ pada tahun ini memberikan kesempatan bagi peserta KKN untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui program pendampingan IKM. Inovasi dan teknologi informasi sangat berperan penting dalam program pendampingan IKM kelompok 45 KKN UMJ. Program meliputi sosialisasi protokol kesehatan *covid-19*, protokol transaksi jual-beli di era *new normal*, promosi produk-produk IKM melalui media sosial yaitu *Instagram* dan memperbaiki tampilan sarana yang dimiliki pelaku IKM (yaitu gerobak dagangan) dengan mendesain dan membuat poster, spanduk produk sehingga tampilan gerobak dagangan menjadi menarik (*eye catching*) agar dagangannya menjadi lebih laris. Penggunaan teknologi informasi untuk berjualan dan mempromosikan produk di *online market place* merupakan salah satu *tools* yang sangat efektif di masa pandemi ini. Pendampingan IKM oleh kelompok 45 KKN UMJ telah berhasil memberikan solusi kepada beberapa pelaku IKM dalam menghadapi tantangan di masa pandemi *covid-19* dan membantu mempertahankan kelangsungan bisnisnya.

**Kata kunci:** *covid-19*, IKM, KKN online, *new normal*, UMJ

### ABSTRACT

*The impact of the Covid-19 pandemic is quite large in the economic and social sectors. One of the sectors affected by covid-19 is the Small and Medium Industry (IKM). Mitigation of the impact of the covid-19 pandemic and SMEs' readiness to enter the new normal era requires attention from all components of the nation. The online KKN momentum held by LPPM UMJ provides opportunities for KKN participants to carry out community service through the IKM mentoring program. Innovation and information technology play an essential role in the UMJ KKN group 45 IKM assistance program. The program includes the socialization of the covid-19 health protocol, buying and selling transaction protocols in the new normal era, promotion of IKM products through social media, namely Instagram, and improving the appearance of existing facilities. Owned by IKM players (namely merchandise carts) by designing and making posters, product banners so that the merchandise carts' appearance becomes attractive (eye-catching) so that their merchandise is more in demand. The use of information technology to sell and promote products in online market places is one of the most effective tools during this pandemic. IKM assistance by KKN UMJ group 45 has succeeded in providing solutions to several IKM players in facing challenges during the Covid-19 epidemic and helping to maintain business continuity through work programs that have been implemented.*

**Keywords:** *covid-19*, IKM, KKN online, *new normal*, UMJ

## 1. PENDAHULUAN

Berawal di akhir tahun 2019 ketika virus *covid-19* pertama kali menyerang kota Wuhan, virus ini menyebar dengan cepat dan luas menjadi wabah penyakit yang melanda seluruh dunia (Kompas, 2020). Virus *covid-19* secara resmi ditetapkan sebagai pandemi pada tanggal 9 Maret 2020 oleh WHO (*World Health Organization*). Pandemi *covid-19* tidak hanya mengakibatkan krisis kesehatan publik namun memberikan dampak signifikan bagi seluruh aspek kehidupan. Industri Kecil Menengah (IKM) adalah salah satu sektor yang terimbas pandemi *covid-19*. Sektor ini mengalami dampak cukup signifikan (Kartasasmita, 2020). Kondisi UMKM atau IKM ditengah pandemi terus mengalami penurunan kapasitas, mulai dari kapasitas produksi hingga penurunan penghasilan (Amri, 2020). Selama masa pembatasan sosial berskala besar (PSSB) terjadi penurunan jumlah pembeli dan berubahnya frekuensi belanja masyarakat. Selain itu, himbauan *social distancing* untuk menghindari penularan virus *covid-19* yang lebih luas, ikut andil menurunkan aktivitas jual-beli di tengah masyarakat. Pelaku IKM sangat penting untuk kita perhatikan dan dukung karena merupakan salah satu penopang utama perekonomian Indonesia. Sebagian besar pelaku-pelaku IKM mengalami kebingungan dalam merespon dan mengatasi kondisi saat ini.

Pemerintah melalui kementerian perindustrian telah mengambil langkah-langkah penting untuk terus mendorong pengembangan sektor IKM di tengah pandemi *covid-19*. Salah satu upaya adalah melakukan realokasi anggaran di seluruh satuan kerja, yang juga ditujukan untuk IKM. Selain itu, pemerintah juga memberikan stimulus untuk sektor industri melalui Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 1 Tahun 2020. Melalui Perppu ini, pemerintah mengalokasikan sekitar Rp150 triliun untuk pemulihan ekonomi. Ketika nantinya wabah *covid-19* sudah berakhir, maka IKM akan jadi sektor industri yang dapat *rebound* dengan lebih cepat (Kartasasmita, 2020).

Tanggung jawab untuk membangkitkan sektor IKM di masa pandemi bukan hanya tugas pemerintah semata. Peran aktif semua komponen bangsa sangat dibutuhkan untuk menghadapi *covid-19*.

Peranan aktif kalangan akademik khusus universitas/ perguruan tinggi (PT) sangat dibutuhkan saat ini. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dengan melihat keadaan saat ini. Momentum KKN berbasis online yang diselenggarakan LPPM UMJ pada tahun 2020 memberikan kesempatan bagi peserta KKN untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui program kerja yang dapat membantu masyarakat yang terdampak *covid-19* agar dapat bertahan di masa pandemi ini. Salah satunya adalah program pendampingan IKM yang terkena dampak pandemi *covid-19*.

Terdapat lima pelaku IKM yang mengikuti program pendampingan kelompok 45 KKN UMJ. Kelima mitra IKM tersebut adalah: 1. pedagang seblak bu Zahra, 2. pedagang siomay dan batagor tiga saudara K.N.Z, 3. pedang kaca mata glaza.id, 4. pedagang rokok Dotukuo dan 5. pedagang es kelapa Madina. Lokasi IKM berada di Jl. K.H Achmad Dahlan, Cirendeu, Ciputat, Tangerang Selatan, Jl. Artayasa Blok Tengki 5 Limo RT.05/10 No. 23, Depok, Jl. Pitara Raya Sengon, RT.003/009 No. 28, kelurahan Pancoran Mas Depok dan di Jl. Taman Kirana Surya, Ruko Perum. Taman 13 Kirana Blok E2/34, Pasanggrahan, Tangerang. Program pendampingan IKM kelompok 45 KKN UMJ diharapkan dapat membantu pelaku IKM untuk mampu beradaptasi dengan cepat menyesuaikan bisnisnya dengan kondisi pandemi saat ini sehingga dapat terus bertahan dan kembali normal.

## MASALAH

Pandemi *covid-19* memberikan efek domino dari PHK dan pekerja yang dirumahkan membuat penurunan kapasitas produksi secara ekstrem. Kondisi ini menyebabkan bahan baku produksi industri rumah tangga mengalami kelangkaan dan kenaikan harga. Hal ini berpengaruh terhadap harga bahan pokok di dalam negeri. Harga sembako dan sandang mulai mengalami kenaikan, baik di tingkat produsen maupun konsumen. Akibatnya, harga jual produk ikut dinaikkan. Pilihan ini tergolong beresiko, mengingat saat ini daya beli masyarakat sedang lesu.

Selain itu dari segi pemasaran dengan adanya kebijakan *social distancing* demi

menghindari penularan virus *covid-19* yang lebih luas, sedikit banyak turut andil menurunkan aktivitas jual-beli di tengah masyarakat. Saat ini penjualan pelaku IKM yang bergerak di sektor produksi rumahan (khususnya pangan) mengalami penurunan hingga 50%.

## RENCANA PEMECAHAN MASALAH

Kebijakan PSBB dan *physical distancing* untuk menghindari penularan virus *covid-19* yang lebih luas telah menyebabkan penurunan aktivitas jual-beli secara fisik di tengah masyarakat yang berakibat penurunan drastis omset pelaku IKM yang didampingi oleh kelompok 45 KKN berbasis online UMJ. Berdasarkan analisis situasi beberapa mitra IKM yang telah dipaparkan, maka kelompok 45 KKN berbasis online UMJ sebagai pengusul dan mitra IKM sepakat menentukan prioritas permasalahan adalah tentang pemasaran produk yang harus dapat menyesuaikan kondisi pandemi *covid-19*. Solusi untuk memecahkan permasalahan penurunan omset di masa pandemi adalah promosi produk-produk IKM melalui media sosial (*online*). Promosi *online* yang efektif untuk pendampingan IKM tersebut diawali dengan meningkatkan *traffic* yang baik sehingga sangat membantu IKM mendapatkan banyak prospek (*lead*). Selanjutnya membuat IKM akun media *Instagram*, media sangat diandalkan sebagai *marketing tool* di lingkup bisnis. Membuat konten produk yang menarik perhatian calon pelanggan untuk meningkatkan penjualan (Rebecca, 2017). Konten promosi ataupun produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasar terkini.

## 2. METODE

Program pendampingan Industri Kecil Menengah (IKM) kelompok 45 KKN berbasis online UMJ kepada lima pelaku IKM yang terdampak pandemic *covid-19* dilaksanakan dengan beberapa kegiatan. Berikut adalah kegiatan yang telah dilakukan:

1. Rapat koordinasi kelompok 45 KKN berbasis online UMJ, untuk program pendampingan IKM. Diskusi bersama tim yang akan melakukan pengabdian.
2. Rapat koordinasi kelompok 45 KKN berbasis online UMJ, diskusi membahas

pelaksanaan pendampingan IKM. Selain itu juga mendiskusikan dana yang diperoleh dan penggunaan dana.

3. Perancangan dan pembuatan media promosi produk IKM yang berupa konten, spanduk dan poster dilakukan oleh kelompok 45 KKN berbasis online UMJ.
4. Pelaksanaan pendampingan IKM di lapangan dengan melakukan penempelan poster dan pemasangan spanduk pada gerobak dagangan. selain itu juga dilakukan sosialisasi protokol kesehatan *covid-19* langsung kepada pedagang yang masih belum menggunakan masker pada saat berjualan. Kegiatan sosialisasi ini juga dirangkaikan dengan pembagian masker dan *handsanitizer*.
5. Pelaksanaan pendampingan IKM (promosi produk IKM) secara *online* melalui media sosial *Instagram* pelaku IKM dan kelompok 45 KKN berbasis online UMJ.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan Industri Kecil Menengah (IKM) kelompok 45 KKN berbasis online UMJ kepada lima pelaku IKM yang terdampak pandemic *covid-19* telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan mencapai target luaran yaitu:

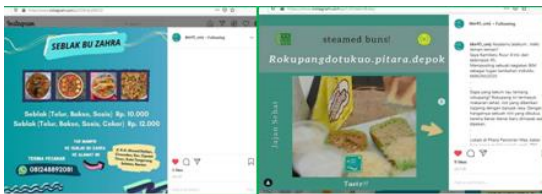
Pendampingan IKM dengan melakukan perbaikan tampilan sarana dagangan (yaitu gerobak dan lapak) pedagang oleh kelompok 45 KKN berbasis online UMJ telah berhasil dilakukan. Kegiatan ini dilakukan dengan menempelkan poster pada etalase dagangan sedangkan spanduk pada gerobak dagangan dan lapak pedagang. Ketiga IKM adalah pedagang seblak bu Zahra, pedagang siomay dan batagor tiga saudara K.N.Z dan kedai es kelapa Madina (Gambar 1).



Gambar 1. Kegiatan pendampingan IKM dari kelompok 45 KKN berbasis online UMJ (*offline*).

Pendampingan IKM dengan melakukan promosi secara *online* oleh kelompok 45 KKN berbasis online UMJ dengan pembuatan konten *Instagram* yang berisi produk seblak bu Zahra, siomay dan batagor tiga saudara K.N.Z, toko kacamata glaza.id dan waralaba

rokupang Dokutuo telah berhasil dilakukan (Gambar 2). Semua pelaku IKM mendapatkan respon yang positif dari pelanggan *online* sehingga meningkatkan penjualan. Kemampuan pelaku IKM dalam penguasaan teknologi informasi (*Instagram*) cukup berperan signifikan. Hasil ini sesuai dengan analisis deskriptif dan interpretasi data penelitian terhadap variabel media sosial *Instagram* menunjukkan bahwa komunikasi foto yang dikemas secara kreatif menjadi salah satu faktor yang cukup penting dalam menarik perhatian konsumen. Aplikasi media sosial *Instagram* yang menonjolkan *sharing* foto atau gambar terbukti punya korelasi kuat dalam memengaruhi minat beli konsumen (Indika dan Jovita, 2017). Selain itu, testimoni pelanggan dapat menjadi kunci menyakinkan calon pelanggan. Kumpulan testimoni pelanggan bisa mempengaruhi calon pelanggan yang sebelumnya ragu dengan produk IKM menjadi yakin untuk mencoba. Testimoni adalah sarana komunikasi yang sangat efektif dalam menghubungkan konsumen dengan produsen, atau antara pelanggan dengan calon pelanggan. Pelanggan yang puas akan termotivasi untuk memberikan testimoni yang sangat berguna bagi keberlangsungan usaha (Susanti, 2009). Gambar 2. kegiatan pendampingan IKM



(*online*) dari kelompok 45 KKN berbasis *online* UMJ.

Pendampingan IKM dengan melakukan sosialisasi protokol kesehatan *covid-19* untuk transaksi jual beli secara langsung dan konten *Instagram* yang berisi protokol transaksi jual beli di era *new normal* berhasil dilakukan oleh kelompok 45 KKN berbasis *online* UMJ (Gambar 3).



Gambar 3. Sosialisasi secara *online* protokol transaksi jual beli di era *new normal*.

Kegiatan sosialisasi secara langsung disertai dengan pembagian masker dan *handsanitizer* kepada pedagang. Program pendampingan IKM oleh kelompok 45 KKN berbasis *online* UMJ telah berhasil memberikan solusi terbaik kepada pelaku IKM dalam menghadapi tantangan dan mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Kita berharap masa depan perekonomian nasional akan terus membaik dan bangkit dari situasi sulit ini.

#### 4. KESIMPULAN

Program pendampingan IKM oleh kelompok 45 KKN berbasis *online* UMJ merupakan salah satu program wajib dari KKN berbasis *online* yang diselenggarakan oleh LPPM UMJ di tahun 2020. Pendampingan IKM adalah salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini disesuaikan dengan keadaan saat ini. Pandemi *covid-19* tidak hanya mengakibatkan krisis kesehatan publik namun memberikan dampak signifikan bagi seluruh aspek kehidupan. Industri Kecil Menengah (IKM) adalah salah satu sektor yang terimbas pandemi *covid-19*. Program pendampingan IKM oleh kelompok 45 KKN berbasis *online* UMJ telah berhasil memberikan solusi terbaik kepada pelaku IKM skala rumah tangga dalam menghadapi tantangan dan mempertahankan kelangsungan bisnisnya di masa pandemi ini. Kita berharap masa depan perekonomian nasional akan terus membaik dan bangkit dari situasi sulit ini.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah mendanai dan memfasilitasi KKN UMJ Online 2020.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). Dampak *Covid-19* Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Brand Volume 2(1): 123-130*. e-ISSN : 2715-4920.
- Indika, D. R., Jovita, C. (2017). Media Sosial *Instagram* Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan Volume 01(01): 25-32*. ISSN 2580 – 4928.
- Kartasmita, A. G. (2020) Di Tengah Pandemi Covid-19, Kemenperin Tetap Pacu Pengembangan IKM. *Siaran Press*. Retrieved from

- <https://kemenperin.go.id/artikel/21677/>. diakses tanggal 2 September 2020.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2016). *Peraturan Kementerian Perindustrian No. 64 tahun 2016. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*. Jakarta. Eko S.A Cahyato.
- Rangkaian Pertama Peristiwa Covid Retrieved September 17, 2020, from [kompas.website: https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/04/18/rangkaian-peristiwa-pertama-covid-19/](https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/04/18/rangkaian-peristiwa-pertama-covid-19/)
- Rebecca. (2017). Cara Promosi Online Yang Efektif Untuk Bisnis. Retrieved from <https://www.progresstech.co.id/blog/cara-promosi-online-efektif/>. diakses tanggal 9 September 2020.
- Susanti, N. (2009). Analisis implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Melalui Testimoni Dalam Situs Pemasaran Internet. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 2 (1):1-23*.
- WHO Tetapkan Wabah Virus Corona Sebagai Pandemic Global. Retrieved September 4, 2020, from [Kompastv. website: https://www.kompastv/](https://www.kompastv/).diakses tanggal 4 September 2020.