

LAPORAN ABDIMAS



TEMA

BAGAIMANA UMKM BERTAHAN DI TENGAH PANDEMI COVID

JUDUL

BISNIS APA YANG BISA LARIS DI TENGAH PANDEMI COVID-19

Tim Pelaksana :

1. Dr. Sri Kurniawati, SE., MM (Universitas Persada Indonesia YAI)
2. Muhammad Laras W, SE., MM., Ak., CA (Universitas Mercu Buana)
3. Leis Suzanawati, SE., M.Si (Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta)
4. Jayanti Apri Emarawati, SH., MM (Universitas Persada Indonesia YAI)
5. Erni Nurjanah, MPd (STKIP Bina Mutiara Sukabumi)

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I

2020

HALAMAN PENGESAHAN

1. Nama Mitra (1) : UMKM Kuliner Kelurahan Pakis, Kecamatan Sawahan, Surabaya
2. Pelaksana
 - Nama : Jayanti Apri Emarawati, SH., MM
 - NID / NIDN : 0414046904
 - Jabatan : Dosen Tetap
 - Jurusan : Teknik Informatika
 - Perguruan Tinggi : Universitas Persada Indonesia
 - Bidang Keahlian : Hukum
 - Alamat Kantor : JL. Dipenogoro 74, Jakarta Pusat
3. Lokasi Kegiatan / Mitra (1)
 - Wilayah Mitra : Kel. Pakis, Kec. Sawahan
 - Kota : Surabaya
 - Propinsi : Jawa Timur
 - Jarak lokasi : 850 km
4. Media Pelaksanaan : [https:// meet.google.com/pav-uezw-fqi](https://meet.google.com/pav-uezw-fqi), PIN. **584075215**
5. Luaran yang dihasilkan :
 - a) UMKM Kuliner Pakis Sawahan Surabaya agar bisa berinovasi mengembangkan produk
 - b) UMKM Kuliner Pakis Sawahan agar bisa mengembangkan cara packing produksinya agar bisa bersaing dengan produk orang lain.

KATA PENGANTAR

UMKM Kuliner Pakis Sawahan
Surabaya agar bisa memahami

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT, karena dengan Rahmat, Karunia serta Taufik dan Hidayah-Nya, Penulis dapat menyelesaikan Laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan Tema : Bagaimana UMKM Bertahan di Tengah Pandemi Covid dan Judul : "Bisnis Apa Yang Bisa Laris di Tengah Pandemi Covid-19". Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan salah satu tugas pokok dosen dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas dibidang keahlian/keilmuan yang dimilikinya.

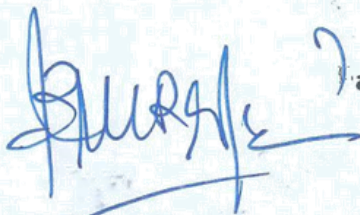
Dalam kesempatan ini kami mengucapkan banyak terima kasih kepada Tim Abdimas UMKM Kuliner Pakis, Surabaya.

Dalam penulisan laporan ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar laporan ini menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi pihak lain. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada kita semua.

Jakarta, 10 Agustus 2020
(Jayanti Apri Emarawati, SH, MM)

Jakarta, 10 Agustus 2020

Pelaksana Abdimas



Jayanti Apri Emarawati, SH, MM

NIDN : 0414046904

Mengajar,

Dem...

Fakultas Teknik UPI YAI

iii



(Dr. ...)

LATAR BELAKANG

Tri Dharma perguruan tinggi adalah salah satu kegiatan yang harus dilakukan oleh setiap dosen di Indonesia yang telah tersertifikasi sebagai pendidik. Selain pengajaran dan penelitian, salah satunya adalah kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Sejak bulan Maret 2020, Indonesia mulai menghadapi dan memasuki era pandemi suatu virus yang sudah sangat mendunia dan membunuh banyak jiwa. COVID19, kini menghantui Indonesia.

Indonesia dan beberapa negara lainnya di dunia. Kehidupan bebas diluar sudah tidak bisa dinikmati kembali oleh seluruh umat manusia. Hidup bersih dan saling menjaga jarak adalah salah satu cara agar mampu bertahan hidup ditengah pandemi. Karena kondisi yang seperti inilah, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengalami perubahan pola pelaksanaannya. Pelaksanaan kali ini kami

melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui metode video conference yang sangat fenomenal di saat krisis pandemi melanda dunia. Google meet adalah aplikasi video conference yang kini tengah naik daun karena kebutuhan interaksi antar manusia yang sudah tidak bisa lagi kita lakukan secara bebas dan terbuka. Kegiatan pengabdian masyarakat yang mengusung tema : **BAGAIMANA UMKM BERTAHAN DITENGAH PANDEMI COVID-19 ?**. Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 10 Mei 2020 pukul 10.00 – 12.00 WIB dengan subjek kegiatannya adalah sebuah **UMKM yang berada di Kel. Pakis, Kec. Sawahan, Surabaya**. Melalui media video conference (<https://meet.google.com/pav-uezw-fqi>, PIN. **584075215**) alhamdulillah kami mampu berinteraksi dengan lapak binaan DP5A di Surabaya yang tentunya memberikan kami pengetahuan baru akan kehidupan para UMKM yang jauh dari ibu kota negara Indonesia, Jakarta. Kami pun juga mampu mengetahui bagaimana perjuangan para UMKM yang tinggal jauh dari segala kemudahan dan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah pusat.

Jakarta, Agustus 2020

1

PROFIL UMKM

Pengabdian masyarakat yang kali ini kami jalankan adalah melalui media daring atau online dikarenakan kondisi dan situasi yang tidak memungkinkan bagi kami untuk melakukan kegiatan secara tatap muka karena negara kita, Indonesia tengah dihadapkan pada pandemi global, COVID19. Pengabdian masyarakat yang kami lakukan secara online menggunakan media video conference yang dirilis oleh Google meet dengan beberapa pelaku UMKM di wilayah Surabaya. Para UMKM ini merupakan ibu – ibu rumah tangga yang melakukan kegiatan perdagangan dipasar ataupun di suatu lokasi sebagai lokasi kedai ataupun warung mereka. Tetapi sejak pandemi global ini, terpaksa mereka melakukan kegiatan perdagangan hanya dirumah saja.

Dari hasil wawancara yang kami lakukan sebelumnya sebagai proses pendekatan dan pengenalan permasa

lahan yang mereka hadapi, kesimpulan yang kami dapatkan adalah mereka tidak tahu bagaimana proses branding dan inovasi serta packing atas produk – produk mereka sehingga mereka tidak mampu bersaing dengan pedagang rumahan yang terlebih dahulu sudah memahami medan dunia online. Sementara, para UMKM ini, mereka terbiasa disuatu kondisi dunia nyata dimana yang mereka hadapi adalah para konsumen yang datang dan mampir ke warung ataupun lapak mereka di pasar – pasar tradisional.

Melalui pengabdian masyarakat yang kami lakukan secara online ini, kami harapkan kami dapat memberikan sedikit cercah cahaya bagi mereka agar tetap mampu bertahan di tengah pandemi global yang terjadi saat ini. Pengabdian masyarakat ini kami lakukan dengan tahap–tahap sebagai berikut :

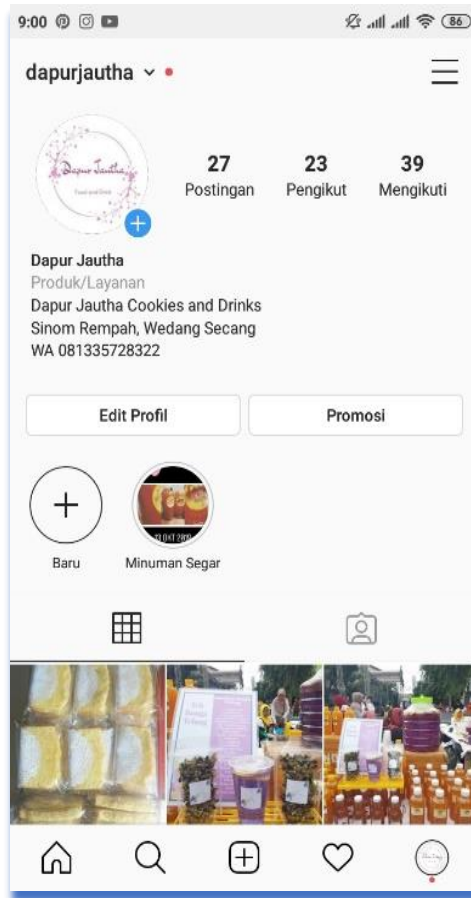
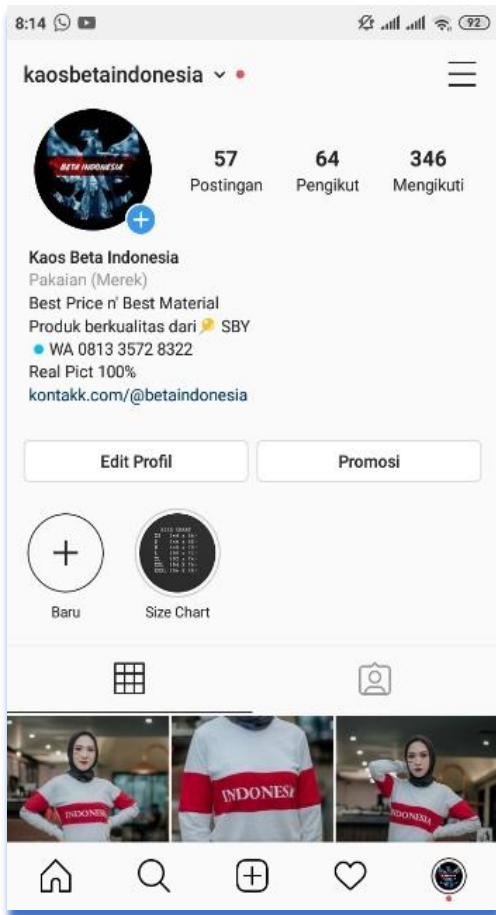
1. Pencarian dan pengenalan kondisi dan permasalahan UMKM. Proses ini kami lakukan dengan metode interview sebagai pengumpulan datanya.
2. Setelah mengenal dan memahami permasalahan mereka, kami mencoo mendeskripsikan tema dan topik pembahasan yang dapat memberikan mereka solusi atau secercah harapan bagi usaha mereka. Proses ini kami lakukan dengan berdiskusi dan merumuskan tema dan topik bahasan sebagai bagian dari pengantar kegiatan pengabdian masyarakat.
3. Membuat kesepakatan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan pihak UMKM.
4. Memutuskan waktu dan media online yang akan kami gunakan sebagai bentuk dari implementasi kegiatan pengabdian masyarakat kami ini.

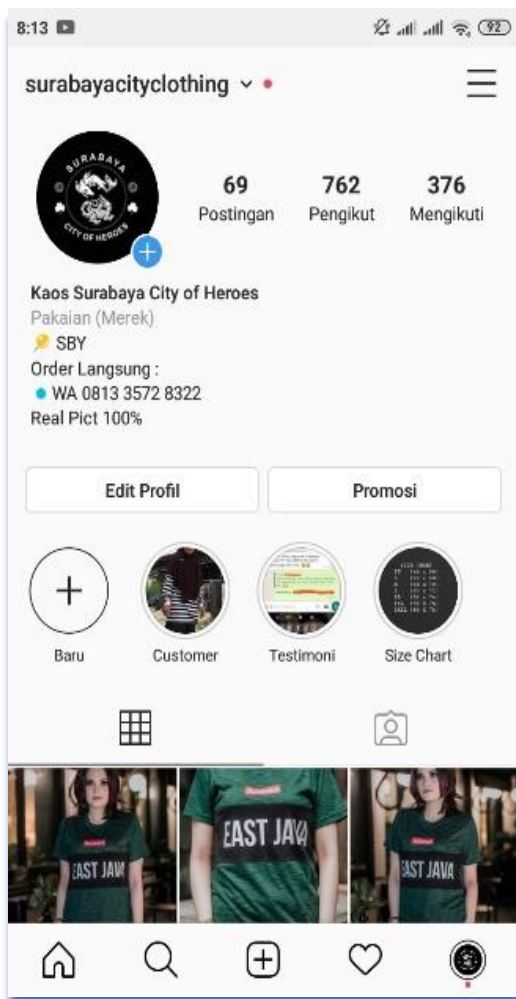
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kami kali ini, bisa dikatakan incidental. Karena sifatnya yang tidak lama dari perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan.

2

Berikut akan kami tampilkan produk – produk yang dihasilkan oleh para UMKM yang mereka coba tawarkan melalui perdagangan konvensional :







DI TENGAH PANDEMI COVID19.

Dr. Sri Kurniawati, SE, MM
(Universitas Persada Indonesia YAI)
Muhammad Laras Widyanto, SE, MM, Ak, CA
(Universitas Mercu Buana)
Leis Suzanawaty, S.E. M. Si
(UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)
Jayanti Apri Emarawati,SH,MM
(Universitas Persada Indonesia YAI)
Erni Nurjanah, M.Pd
(STKIP Bina Mutiara Sukabumi)

Sub bab :

- Pendahuluan (Pandemi COVID-19)
- Kondisi Indonesia saat ini
- Potret konsumen Indonesia di masa pandemic covid
- Peluang bisnis di era pandemic covid

A. Pendahuluan (Pandemi COVID-19)

Pada 11 Maret 2020 lalu, World Health Organization (WHO) sudah mengumumkan status pandemi global untuk penyakit virus corona 2019 atau yang juga disebut *corona virus disease 2019* (COVID-19). Kita Pahami terlebih dahulu Pandemi dari Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Pandemi adalah wabah yang berjangkit serempak di mana mana, meliputi daerah Geografi yang luas . Wabah penyakit yang masuk dalam kategori pandemi adalah penyakit yang menular dan memiliki garis infeksi berkelanjutan.

Pandemi dalam istilah kesehatan, berarti terjadinya wabah suatu penyakit yang menyerang banyak korban, serempak di berbagai negara. Sementara dalam kasus COVID-19, badan kesehatan dunia WHO menetapkan penyakit ini sebagai pandemi karena seluruh warga dunia berpotensi terkena infeksi penyakit COVID-19.

Dengan ditetapkannya status *global pandemic* tersebut, WHO sekaligus mengonfirmasi bahwa COVID-19 merupakan darurat internasional. Artinya, setiap rumah sakit dan klinik di seluruh dunia disarankan untuk dapat mempersiapkan diri menangani pasien penyakit tersebut meskipun belum ada pasien yang terdeteksi.

Perbedaan wabah, epidemi, dan pandemi

Saat WHO menetapkan status pandemi global terhadap COVID-19, WHO mencatat ada 118.000 kasus penyakit tersebut yang tersebar di 110 negara di seluruh dunia. Direktur WHO Tedros Adhanom Ghebreyesus saat itu

menyebutkan bahwa penyakit itu tak lagi sekadar krisis kesehatan publik, melainkan krisis yang menyentuh seluruh aspek kemanusiaan. Karena itu, tiap individu harus ikut menghentikan penyebaran virus.

Bersamaan dengan penyebaran COVID-19, kita kerap mendengar istilah wabah, epidemi, juga pandemi. Sebetulnya, apa perbedaan dari ketiga istilah tersebut? Kata wabah sendiri bisa diartikan sebagai melonjaknya jumlah kasus penyakit tertentu di tempat tertentu.

Yang membedakan epidemi dan pandemi adalah, kedua kata tersebut memiliki rujukan tentang skala. Karena, kedua kata itu biasanya dipergunakan oleh lembaga yang mengurus kesehatan masyarakat, baik di tingkat negara maupun dunia.

Epidemi biasa digunakan untuk menyebut wabah dalam skala yang besar. Sedangkan pandemi biasa digunakan untuk merujuk ke wabah yang memiliki skala global.

Namun yang patut kita ingat, masing-masing lembaga kesehatan punya batasan dan definisi yang berbeda untuk mengklasifikasikan wabah sebagai penyakit. Ambil contoh istilah pandemi.

Lembaga kesehatan masyarakat Amerika Serikat, *Centers for Disease Control and Prevention* (CDC), akan menyebut penyakit akibat sebuah virus sebagai pandemi apabila virus tersebut bisa menginfeksi orang dengan mudah dan menyebar dari orang ke orang dengan cara yang efisien dan berkelanjutan di berbagai wilayah.

Sementara organisasi kesehatan dunia WHO mengartikan pandemi sebagai penyebaran penyakit baru di tingkat dunia. Namun, WHO menetapkan beberapa kriteria tambahan untuk menyebut penyebaran penyakit baru sebagai pandemi.

Status pandemi ini meningkat dari status PHEIC

Dalam kasus penyebaran COVID-19, WHO juga tak serta merta menempelkan label pandemi pada penyakit tersebut. Jika melihat ke belakang, WHO pertama kali mendapat laporan tentang COVID-19 di China pada 31 Desember 2019.

Berselang satu bulan sejak laporan tersebut, atau tepatnya 30 Januari 2020, Emergency Committee WHO menetapkan penyebaran wabah virus corona baru sebagai ***Public Health Emergency of International Concern (PHEIC)***.

Pada saat status tersebut diumumkan, WHO sudah mencatat ada 83 kasus COVID-19 di 18 negara selain China. Dari seluruh pasien itu, hanya tujuh yang tidak pernah melakukan perjalanan ke China.

Sementara di China, ada 7.711 kasus COVID-19 yang terkonfirmasi di saat status PHEIC dibuat. Dari total kasus yang terkonfirmasi, 1.370 termasuk kasus berat yang mengakibatkan 170 orang meninggal.

Dengan mendeklarasikan status PHEIC itu, WHO merekomendasikan seluruh negara untuk mengantisipasi COVID-19, seperti melakukan pengawasan dan deteksi dini secara aktif. Pemerintah di tiap negara juga diharapkan melakukan kebijakan pemutusan penyebaran virus corona, seperti memberlakukan *contact tracing*.

Sejarah mencatat, pemberlakuan status PHEIC tak serta merta mengerem penyebaran virus corona baru. Alih-alih berkurang, kasus COVID-19 justru

melonjak di Eropa, terutama di Italia. Peningkatan kasus COVID-19 juga terjadi di Amerika Serikat.

Setiap pandemi yang terjadi diberbagai belahan dunia dan periode waktu tertentu selalu menimbulkan korban jiwa yang besar. Oleh karena itu kita harus ekstra waspada dan tidak boleh menganggap remeh.

Mengingat COVID-19 masih menjadi pandemi, jangan lupa untuk tetap jaga kesehatan agar diri terhindar dari virus penyakit tersebut. Caranya ialah dengan tetap melakukan *social distancing* dan tetap berkegiatan 'DiRumahAja'. Dengan memiliki kesehatan yang terus terjaga, Kita tetap dapat berkegiatan dengan tenang meski virus tetap bertebaran di luar sana.

Dan tentunya selain menjaga agar terhindar dari wabah, namun kita tetap harus bisa mencukupi kebutuhan ekonomi rumah tangga, lalu bisnis apa saja yang bisa kita lakukan di saat wabah covid

B. Keadaan Indonesia Pada Saat ini

Indonesian pada saat ini digemparkan dengan wabah virus Corona atau yang lebih dikenal dengan nama COVID-19. Indonesia juga tercatat sebagai negara dengan tingkat *mortality rate* tertinggi di Asia tenggara. Selain itu sebagai peringkat ke -2 negara dengan angka kematian 8,63 persen. Merebaknya virus ini sebagian besar telah mempengaruhi terhadap aktivitas salah satunya pada sektor ekonomi. International Monotari Fund (IMF) menegaskan bahwa pertumbuhan ekonomi global akibat mewabahnya virus COVID-19 ini tumbuh minus diangka 3 persen.

Demikian pula Sri Mulyani sebagai menteri keuangan menyatakan bahwa pada saat ini pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang lebih dikenal dengan sebutan UMKM yang terkena dampak langsung dari mewabahnya virus ini mulai kehilangan pelanggan. Hal ini diakibatkan dengan pemberlakuan *Sosial Distancing*, *Physical Distancing*, dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk memutuskan rantai penyebaran virus. Pada umumnya mengakibatkan terbatasnya aktivitas masyarakat. Hal ini menyebabkan sekitar 90% tenaga kerja yang terserap pada UMKM dan mempunyai kontribusi terhadap PDB sekitar 60% tidak lagi menjadi penyangga perekonomian negara seperti pada krisis tahun 1997, 1998.

Pusat Penelitian Ekonomi (P2E) LIPI dalam penelitiannya menunjukkan bahwa wabah virus Corona berdampak pada UMKM yang berkaitan dengan makanan, minuman, serta kerajinan kayu dan rotan yang menjadi penopang sektor pariwisata. Lingkup mikro yang bergerak dalam sektor makanan dan minuman terdampak sekitar 27%, berskal kecil 1,77% dan menengah sekitar 0,07%. Kerajinan kayu dan rotan yang terdampak sekitar 17,03%.

C. Potret Konsumen Indonesia di Era Pandemi Covid 19

Bisnis merupakan setiap aktivitas untuk menyediakan barang dan jasa bagi orang lain dengan cara yang menguntungkan atau mendapatkan profit. Agar perusahaan dapat menghasilkan profit, perusahaan perlu memahami konsumennya (Nickels, Hugh dan Hugh, 2015; Peter dan Olson, 2010)

Berbagai kerangka analisis telah dikembangkan untuk memahami konsumen. Salah satunya adalah kerangka analisis yang dikembangkan oleh Peter dan Olson (2010). Keduanya membangun kerangka analisis berdasarkan definisi perilaku konsumen yang dikembangkan oleh American Marketing Association. Menurut American Marketing Association, perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku dan lingkungan dimana konsumen melakukan pertukaran dalam berbagai aspek kehidupan mereka.

Sejak kasus positif Corona diumumkan pertama kali oleh Presiden Jokowi pada awal Maret 2020, konsumen Indonesia mengalami berbagai perubahan di lingkungannya yang mengakibatkan perilaku mereka mengalami perubahan pula.

Nurlatifah (2020) dalam www.marketeers.com menyatakan bahwa dalam situasi pandemik, konsumen akan mengambil keputusan penekanan pada aspek fungsional. Untuk barang-barang yang berkaitan dengan perlindungan kesehatan, rasionalitas tidak lagi menjadi pertimbangan utama. Barang-barang seperti masker, *hand sanitizer* maupun cairan desinfektan akan dibeli apapun merknya dan berapapun harganya. Keputusan pembelian lebih didasari pada ketersediaan dan kemudahan mendapatkan barang.

Hal ini juga didukung oleh hasil riset yang dirilis oleh Mc Kinsey. Konsumen cenderung mengabaikan harga dan memperhatikan nilai. Mereka juga mengenyampingkan ego atau hedonisme mereka. Sedapat mungkin menahan uangnya dan akan membeli barang yang dianggapnya sangat penting. Konsumsi produk-produk komplemeter cenderung ditunda.

Untuk produk-produk yang dibeli dengan mempertimbangkan unsur pengalaman atau *experience*, seperti menonton film di bioskop, menonton konser musik dan lain-lain, akan mengalami perubahan perilaku konsumen. Penerapan pembatasan sosial berskala besar mengakibatkan hal-hal tersebut tidak dapat dinikmati konsumen di masa pandemic Covid 19 saat ini. Sebagai gantinya konsumen akan memuaskan hasratnya dengan menikmatinya di rumah, misalnya dengan berlangganan hiburan *online*, seperti Netflix atau menonton konser musik dari rumah saja.

Untuk produk-produk yang dibeli dengan mempertimbangkan suasana tempat yang nyaman, seperti pergi ke café atau makan di restoran, juga terjadi perubahan perilaku. Dengan pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar, restoran dilarang melayani permintaan makan di tempat, hal ini mengakibatkan perilaku konsumen berubah, dari makan di restoran menjadi makan di rumah dengan memanfaatkan jasa antar atau *take away*.

Transaksi *online* yang pada awalnya didominasi oleh generasi millennial, juga akan didominasi oleh generasi *boomer*.

Pandemi Covid 19 juga berdampak pada cara belanja konsumen. Pada

merencanakan untuk lebih sering berbelanja secara daring. Untuk berbelanja off-line, pasar modern cenderung lebih dipilih oleh konsumen. Konsumen juga lebih sering memasak di rumah daripada membeli makanan di restoran. Konsumsi terhadap produk-produk kesehatan dan alat-alat kebersihan juga mengalami peningkatan.

Selain berdampak pada perilaku, pandemi Covid 19 juga berdampak pada afeksi konsumen. Afeksi merupakan respon emosi yang ditunjukkan oleh konsumen. Respon ini dipicu oleh adanya stimulus tertentu (Peter dan Olson, 2010). Hasil Survey yang dilakukan oleh Snapcart pada periode 17-28 Maret di delapan kota besar di Indonesia, menunjukkan bahwa pandemic Covid 19 telah memunculkan adanya gangguan terhadap kehidupan sosial, kekhawatiran akan karir dan pekerjaan, serta kekhawatiran terhadap pembatasan kegiatan beragama.

Kehadiran teknologi mengakibatkan kaum urban sibuk dengan aktivitasnya sendiri-sendiri di dunia maya, namun kondisi yang mengakibatkan konsumen tidak dapat berkumpul dengan keluarga dan teman telah memicu kekhawatiran terhadap kehidupan sosial.

Menurut gender, responden laki-laki umumnya memiliki tiga kekhawatiran terbesar, yakni kekhawatiran terhadap karier dan pekerjaan, bisnis, serta hobi mereka. Sedangkan responden wanita memiliki kekhawatiran terbesar pada terganggunya rencana liburan, kebiasaan belanja dan waktu luang mereka.

D. Peluang Bisnis Di Era Pandemic Covid19

Berbagai Peluang Bisnis Board of Innovation (BoI) memprediksi 10 pergeseran yang terjadi karena perubahan perilaku manusia seiring masalah pandemi corona. Pergeseran-pergeseran ini bisa memunculkan peluang-peluang bisnis yang baru.

Identifikasi / pemetaan penyebab munculnya peluang :

Pertama, kecemasan dan depresi yang lebih besar setelah pandemi berlalu. Sebab, banyak orang diprediksi akan merasa lebih terisolasi, kehilangan pekerjaan, menghadapi masalah kesehatan dan hubungan. Di tengah kondisi ini, kebutuhan atas terapi dan coaching diprediksi membesar. Begitu juga dengan aplikasi hiburan. "Beberapa regional mulai melihat kenaikan permintaan untuk hewan peliharaan. Gim/aplikasi online juga booming." BoI menilai masih banyak peluang yang bisa dikembangkan, misalnya aplikasi kencan online melalui Zoom. (Baca: Memburu "Virus Stocks", Saham Pencetak Untung yang Menyimpan Risiko)

Kedua, hilangnya kepercayaan terhadap kebersihan orang dan produk. Dengan

10

penyebaran virus corona, konsumen dan organisasi lebih berhati-hati terhadap orang dan produk yang dihadapinya. Alhasil, kemungkinannya, akan ada ekspektasi atas bukti formal akan kebersihan dan kesehatan. Ini akan

menghasilkan perubahan kemasan, pertukaran rekam jejak kesehatan dan temperatur, bisnis retail/hospitality dengan jasa gratis untuk kebersihan, preferensi produk yang natural, layanan pengantaran tanpa kontak.

Ketiga, pembatasan perjalanan, bahkan dalam negeri. Melakukan perjalanan akan terasa berisiko karena ada kemungkinan sulit untuk pulang atau ketidakpastian soal keamanan di negara lain. Dengan kondisi ini, pariwisata lokal diprediksi bakal berkembang. “Perjalanan ke luar negeri hanya setimpal untuk jangka waktu yang panjang karena adanya risiko karantina.. Perjalanan ke pedesaan dan daerah terpencil menjadi perjalanan mewah.”

Keempat, optimalisasi kerja dari rumah. Perusahaan dengan dana yang ketat diprediksi akan mengurangi ruang kantor dan infrastruktur. “Orang akan membawa peralatan khusus, mesin, dan perlengkapan canggih audio/video masuk (ke rumah). Kebijakan dan asuransi baru akan mengikuti.”

Kelima, meningkatnya tensi dan konflik di berbagai level. Banyak orang dan organisasi akan memasang posisi bertahan hidup. Dalam kondisi ini, orang kemungkinan melakukan pelanggaran kontrak atau regulasi. “Perlawanan hukum akan terjadi di mana-mana. Di saat yang sama, pengacara akan bergeser dengan cara kerja secara digital. Ini akan memicu lebih banyak aplikasi untuk mengotomasi pekerjaan legal.”

Keenam, peningkatan level pengangguran. Banyak orang diprediksi terpaksa memikirkan ulang karier mereka. Dalam kondisi ini, layanan untuk kemampuan baru atau pelatihan diprediksi mencapai puncaknya. Selain itu, banyak juga yang akan banting setir menjadi wirausahawan.

Ketujuh, terbiasa membawa pulang dan mengirim berbagai barang. Banyak bisnis retail dan agen produk diprediksi mengubah layanannya menjadi berbasis pengiriman. Meskipun, retail reguler tetap ada. Berdasarkan kondisi ini, kemungkinan lebih banyak layanan pengiriman khusus misalnya makanan beku. Selain itu, rantai pasok yang lebih maju, misalnya pengantaran untuk berbagai toko ke tujuan yang sama.

Kedelapan, kontak terbatas dengan orang tua. Hingga vaksin tersedia, interaksi dengan orang di atas 65 tahun menjadi terbatas. Alhasil, orang-orang kemungkinan akan memikirkan ulang model-model pertemuan sosialnya. Adopsi digital akan semakin meningkat. Komunitas-komunitas dengan kebutuhan yang sama atau umur tertentu juga diprediksi meningkat.

Kesembilan, identitas diri lebih mencuat dibanding identitas pekerjaan. Dalam kondisi normal, busana adalah elemen yang membentuk dan mengkomunikasikan

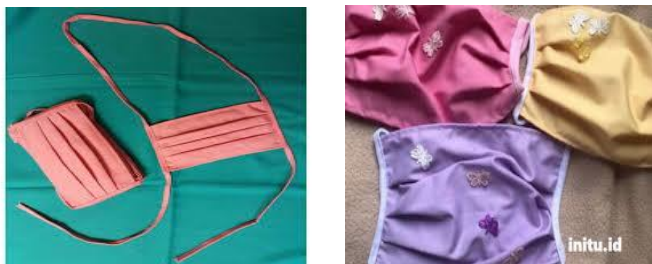
identitas yang diinginkan. Ketika interaksi fisik berkurang, tampilan saat interaksi video akan menggantikan sebagian fungsi itu. “Akan lebih banyak bermunculan eksperimen terhadap digital alter ego.” (Baca: Menelusuri Asal Teori Konspirasi 5G dan Corona, Serta Kebenarannya)

Kesepuluh, nilai lebih terhadap imunitas konsumen. Tempat-tempat makan dengan sekat individual dan tanpa interaksi dengan manusia -- misalnya robot pelayan -- diprediksi meningkat. Kemungkinan lainnya, industri dengan segmen konsumen yang memiliki bukti rekam kesehatan atau status imun. "Ini mungkin akan menjadi wilayah yang belum dipetakan untuk sebagian besar industri; meskipun itu mungkin merupakan alibi yang bagus untuk mengawasi industri hiburan orang dewasa.

Dari identifikasi / pemetaan di atas, dapat dikembangkan **Peluang Bisnis selama pandemic Covid19** :

1. Masker kain.

Setelah pemerintah mengimbau untuk selalu menggunakan masker kain bagi yang tidak sakit, permintaan pun makin besar. Nah, peluang ini bisa dimanfaatkan demi cuan. Bisa melalui kerja sama dengan para penjahit ataupun menjadi reseller. Bisnis ini tertutup kemungkinan untuk bangkrut, sebab kebutuhan masker kain sangat tinggi.



2. Hand Sanitizer



Ilustrasi hand sanitizer. (Pixabay/Ri Butov)

Permintaan pasar akan *hand sanitizer* berubah begitu pesat sejak virus corona menyerang. Kekuatannya dalam membunuh kuman pada kulit sesuai dengan kebutuhan banyak orang dalam menghindari penularan virus corona, alhasil

12

penjualan *hand sanitizer* pun naik begitu pesat.

Banyak orang yang juga mencoba membuat *hand sanitizer* dan dijual dengan harga yang beragam. Namun kamu perlu berhati-hati dalam membeli *hand sanitizer* ini, karena banyak oknum yang membuat *hand sanitizer* dengan komposisi yang tidak sesuai dengan komposisi yang benar.

3. Disinfektan



Ilustrasi membuat disinfektan. (Pixabay/Renate Koppel)

Cairan pembasmi bakteri dan kuman ini memang cukup efektif untuk mensterilkan benda-benda yang diduga terdapat kuman dan bakteri.

Namun sayangnya produsen disinfektan kewalahan dengan permintaan pasar yang tinggi, alhasil banyak orang yang mencoba membuat disinfektan dengan panduan yang sudah dikeluarkan oleh WHO.

4. Konveksi APD (Alat Pelindung Diri) untuk Petugas Kesehatan / Rumah Sakit.

Di tengah wabah virus corona yang melanda berbagai wilayah Indonesia, permintaan kebutuhan APD dan masker melonjak drastis. Hal ini disadari betul oleh pelaku usaha UMKM konveksi untuk memproduksi APD, termasuk masker kain yang bisa dicuci ulang dalam jumlah besar guna memenuhi kebutuhan pasar. Saat pandemi corona masih berlangsung di berbagai daerah Indonesia, tentu kebutuhan APD dan masker akan terus meningkat karena kekhawatiran masyarakat terhadap Covid-19. Apalagi penularannya begitu cepat. Keuntungan lainnya ialah terjaganya kelangsungan bisnis bagi pelaku usaha APD dan masker. Sehingga menutup kemungkinan terjadinya PHK bagi para pekerjanya.



Ilustrasi petugas kesehatan memakai alat pelindung diri. (INDOZONE/Arya Manggala)

Tingginya angka pasien positif virus corona yang terus bertambah setiap harinya, membuat banyak tenaga medis yang harus diturunkan dalam menangani virus corona.

Sesuai prosedur yang sudah ditentukan, tenaga-tenaga medis yang menangani virus corona wajib menggunakan alat pelindung diri (APD). Sementara

ketersediaan stok APD yang dibutuhkan tidak mencukupi. Akhirnya banyak pengusaha konveksi yang mulai memproduksi *coverall medical*, yaitu baju pelindung yang digunakan tenaga medis.

5. Obat Herbal / Jamu dari Rempah-rempah Indonesia

Rempah-rempah Indonesia banyak dijadikan obat herbal sebab dapat meningkatkan imunitas tubuh. Covid-19 ini memang menyerang sistem kekebalan tubuh. Bahkan, Presiden Joko Widodo mengaku sering meminum jamu olahan rempah Indonesia agar imunitas tubuhnya semakin kuat melawan Covid-19. Seperti diketahui, meluasnya wabah Covid-19 di dunia mengancam ekonomi global, termasuk Indonesia. Pandemi global ini bakal meruntuhkan hegemoni Indonesia sebagai negara tertinggi ketiga dalam pertumbuhan ekonomi dari negara-negara G-20. Bahkan, Presiden Joko Widodo mengakui proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia yang bakal turun tajam di masa pandemi Covid-19. Tapi ada sederet bisnis moncer saat pandemi. "Kita harus bicara apa adanya. Target pembangunan dan pertumbuhan ekonomi akan terkoreksi cukup tajam. Tapi ini bukan hanya terjadi di negara kita tapi juga di negara lain juga sama, mengalami hal yang sama," ujar Jokowi.

6. Produk Makanan *Ready To Eat* atau *Ready To Cook*

Ibu-ibu di masa pandemi Corona ini juga banyak mencari makanan yang siap dimasak atau dimakan seluruh keluarga. Dan pencarian ini mereka lakukan secara online. Oleh karena itulah menurut Tri, pelaku usaha restoran mengalihkan bisnisnya melalui ranah online.

"Pemain kuliner saya kira harus mengalihkan pola pasarnya. Kalau melalui restoran hanya 20%, 80%-nya harus masuk ke ranah online," katanya. Mengalihkan penjualan ke ranah online ini tak hanya berlaku untuk pengusaha kuliner saja, bidang lain pun dapat melakukannya. Apalagi saat ini di masa PSBB pemerintah tetap mengizinkan ojek online untuk mengantar makanan atau barang. "Saya kira itu memudahkan. Dan orang yang mau usaha dengan modal ringan, ini bisa menjadi suatu peluang. Selain aksi sosial bisa juga membuka peluang pasar yang besar. Jadi para reseller atau tenaga penjualnya kita berikan komisi tertentu dan kita ajarkan melalui online, saya rasa sangat memungkinkan," ujar Tri.

14

7. Makanan olahan beku.

Peluang bisnis yang lain adalah menjual makanan beku atau frozen food. Social distancing mengurangi interaksi dengan orang lain.

8. Produk Makanan Ringan / Camilan

produk-produk camilan atau makan ringan juga dibutuhkan di masa sekarang ini. Menurutnya saat keluarga kumpul di rumah, mereka, terutama anak-anak suka ngemil. Kita dapat menjual berbagai jenis camilan dan memasarkannya di media sosial. Tak perlu menyetok, kita bisa menjadi reseller dari produsen camilan.

9. Alat Ukur Suhu / Termometer

Produk kesehatan lain yang juga banyak dicari orang di saat Corona ini adalah alat scan suhu. Apalagi sekarang bukan hanya perkantoran dan mall saja yang mengukur suhu pengunjung, banyak kompleks perumahan kini juga melakukan hal serupa.

10. Toko Penyedia Belanja On Line

Adanya PSBB ini semakin membatasi ruang gerak masyarakat, termasuk untuk keluar rumah mencari makanan atau membeli kebutuhan rumah tangga. Situasi ini menurut Ketua Umum Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI), Tri Raharjo, SE, MM, membuat tren belanja online mengalami peningkatan.

"Belanja online mengalami pertumbuhan karena banyak mall yang tutup, restoran karena ada social distancing sekarang take away, onlineshop penjualannya meningkat karena orang enggan keluar rumah, stay at home," ujar Tri.

Tri menambahkan produsen di masa sekarang ini harus sigap memasarkan produknya secara online. Founder Komunitas Indonesia Brand Network itu mengatakan cara tersebut efektif di masa PSBB, karena sebagian besar orang kini harus berada di rumah. Dan masyarakat biasanya mencari produk dengan browsing terlebih dahulu atau mencari langsung ke market place.

11. Kuota Internet

Banyak pekerja yang dirumahkan oleh perusahaan tempat mereka bekerja, begitupun dengan pelajar yang untuk sementara sistem belajarnya diganti menjadi *online learning*.

Selama di rumah, kegiatan seperti biasa harus tetap berjalan meskipun

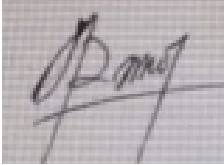
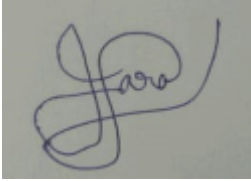
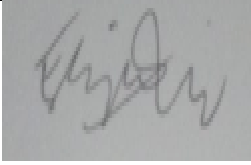
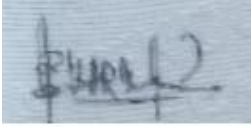
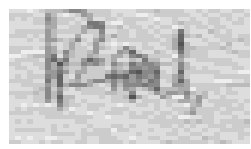



dikerjakan dari jarak jauh melalui internet. Tentu pemakaian internet menjadi lebih besar dibanding biasanya, alhasil kuota internet lebih cepat habis.



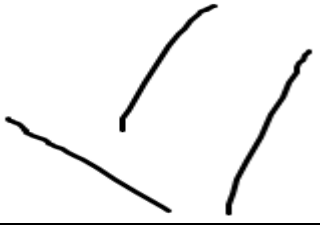


Ilustrasi bekerja menggunakan kuota internet.
(Pixabay/Welcome to all and thank you for your
visit)

- Harmawan, Bagus (2020). Stimulus UMKM di tengah badai Corona. Tersedia : <http://news.detik.com> Diunduh pada tanggal 4 Mei 2020.
- <https://marketears.com/dampak-pandemi-pada-gaya-hidup-dan-kebiasaan-bekerja-menurut-survei>
- <https://marketears.com/perubahan-perilaku-konsumen-pada-masa-pandemi-dan-kemungkinan-setelahnya>
- <https://nasional.kontan.co.id/news/ini-perubahan-perilaku-konsumen-indonesia-saat-pandemi-corona>
- <https://www.ayobandung.com/read/2020/04/19/86537/4-bisnis-yang-laris-manis-selama-wabah-corona>
wolipop Minggu, 19 Apr 2020 19:01 WIB
- <https://www.jurnal.id/id/blog/perubahan-perilaku-konsumen-saat-pandemi-corona/>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia
- Nickels, William G, James M. McHugh dan Susan M. McHugh (2015), *Understanding Business*, Mc Graw Hill.
- NurFauziah, Heftika. (2020). Apakabar Bisnis Indonesia Di tengah Merebaknya Virus Corona. Tersedia : <http://galamedianews.com> Diunduh pada tanggal 4 Mei 2020.
- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson (2010), *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, Mc Graw Hill.
- Puspasari, Rahayu. (2020). Pemerintah Waspada Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Ekonomi Indonesia. Tersedia: <http://kemenkeu.go.id>. Diunduh pada tanggal 4 Mei 2020.

**DAFTAR HADIR PESERTA DOSEN PADA KEGIATAN ABDIMAS ONLINE
DENGAN UMKM JAWA TIMUR, Minggu 10 Mei 2020**

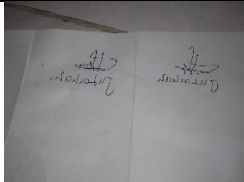

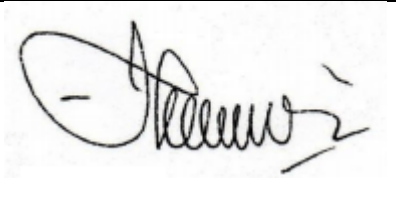
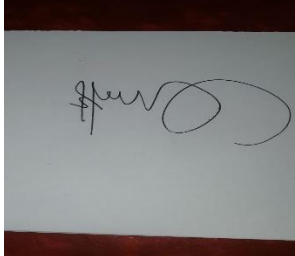
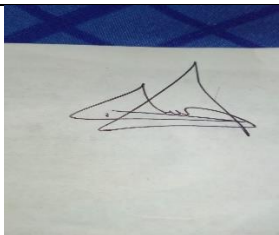
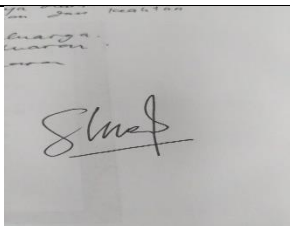
NO	NAMA PESERTA	TANDA TANGAN
<u>1</u>	Dr. Sri Kurniawati, SE, MM.	
<u>2</u>	Muhammad Laras Widyanto, SE, MM, Ak, CA	
<u>3</u>	Erni Nurjannah , M.Pd	
<u>4</u>	Jayanti Apri Emarawati,SH,MM	
<u>5</u>	Leis Suzanawaty, S.E, M.Si	
6	Siswandi	
7	Hesti Rian	
8	Setiawan	

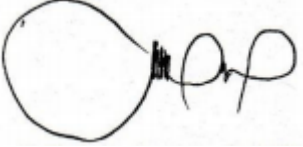



9	Teddy Setiady	
10	Eko Hadi Prayitno	
11	Dr. Tiolina Evi, SE, MM, Ak, CA	
12	Drs. Ignatius Septo Pramesworo, M. Ed. TESOL, MM.	
13	Natali Yustisia, MBA	
14	Dr. Adele B. L. Mailangkay, S.T., MMSI	
15	Dr. Drs. Stefanus MS Sadana, M.Si.	
16	Ir Wien Kuntari, MSi	
17	Qurrota A'yun M.Si	

18	Iskandar Ahmaddien, SST,SE,SH,MM,CRP	
19	Yahya, ST., M.Kom	
20	Ani Nuraeni SPd. MPd	

DAFTAR ABSENSI PESERTA UMKM PADA KEGIATAN ABDIMAS ONLINE

Minggu 10 Mei 2020

NO	NAMA PESERTA	TANDA TANGAN
1	Julaikha	
2	Siti Asiyah	
3	Suhan	
4	Yanti	
5	Siti Fatimah	
6	Sunah	

7	Dyah Novi	
8	Nadzir	
9	Siti Munawaroh	
10	Nur Ilham	

LAMPIRAN

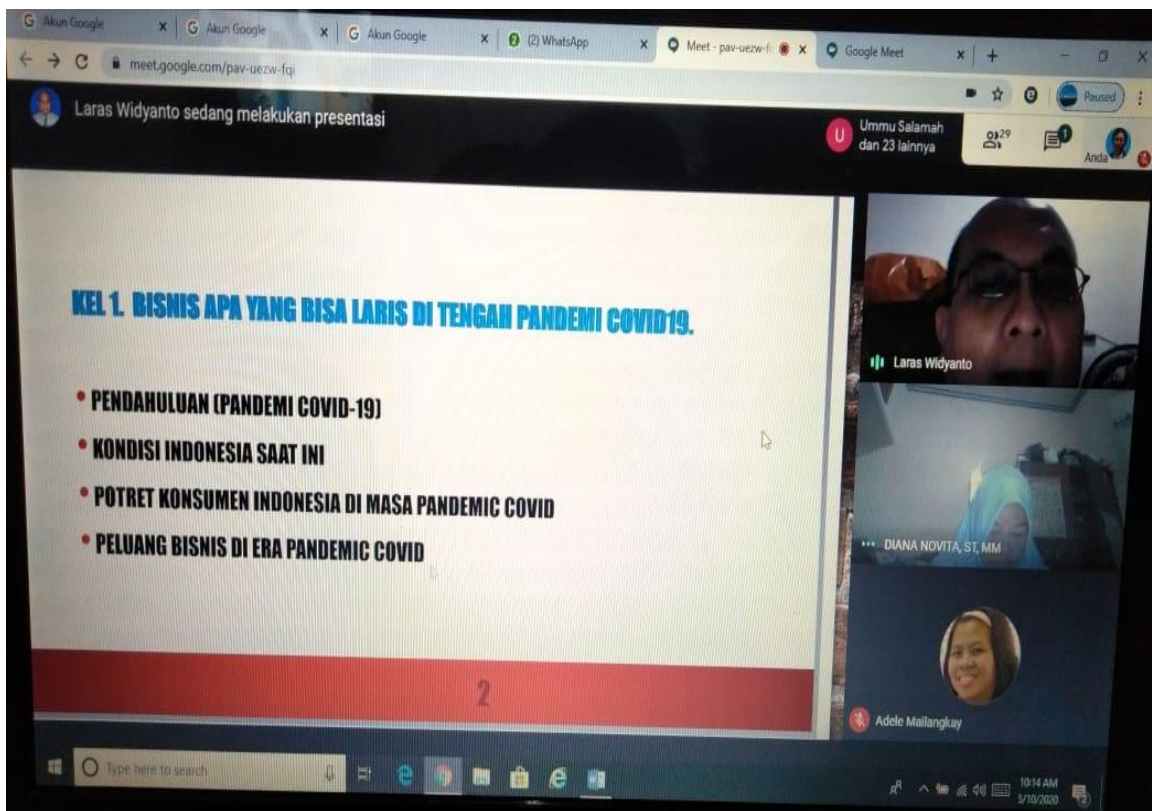
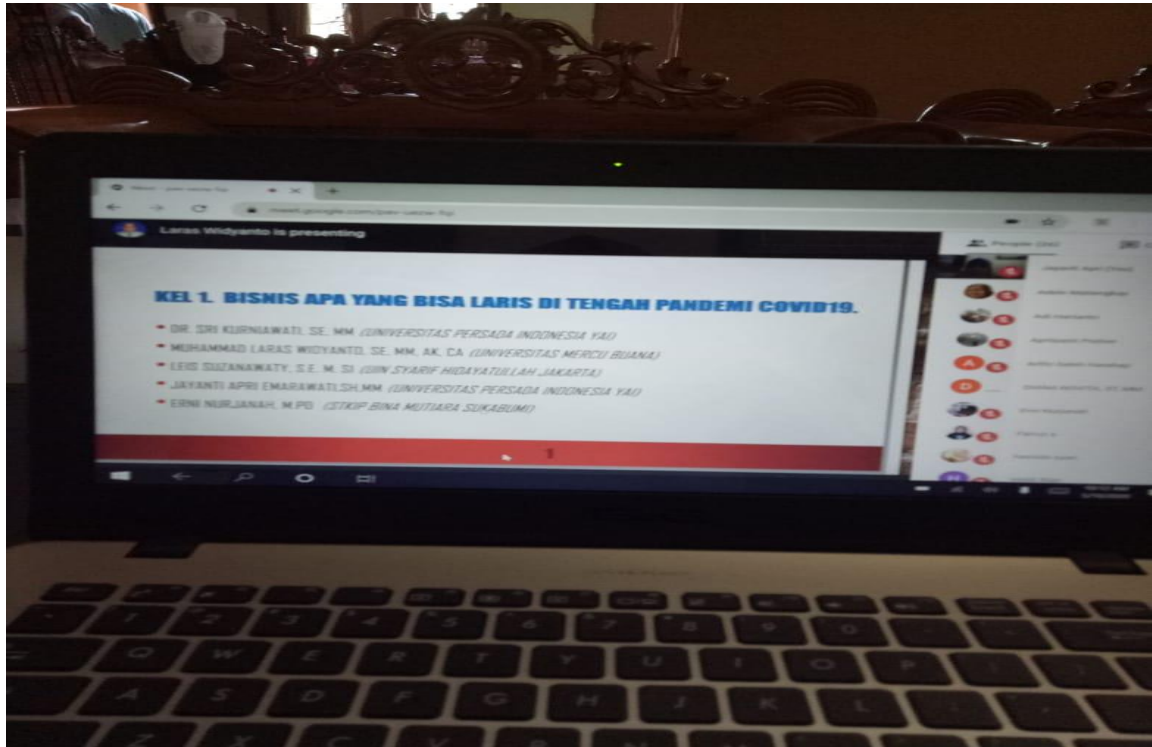
Biografi Penulis

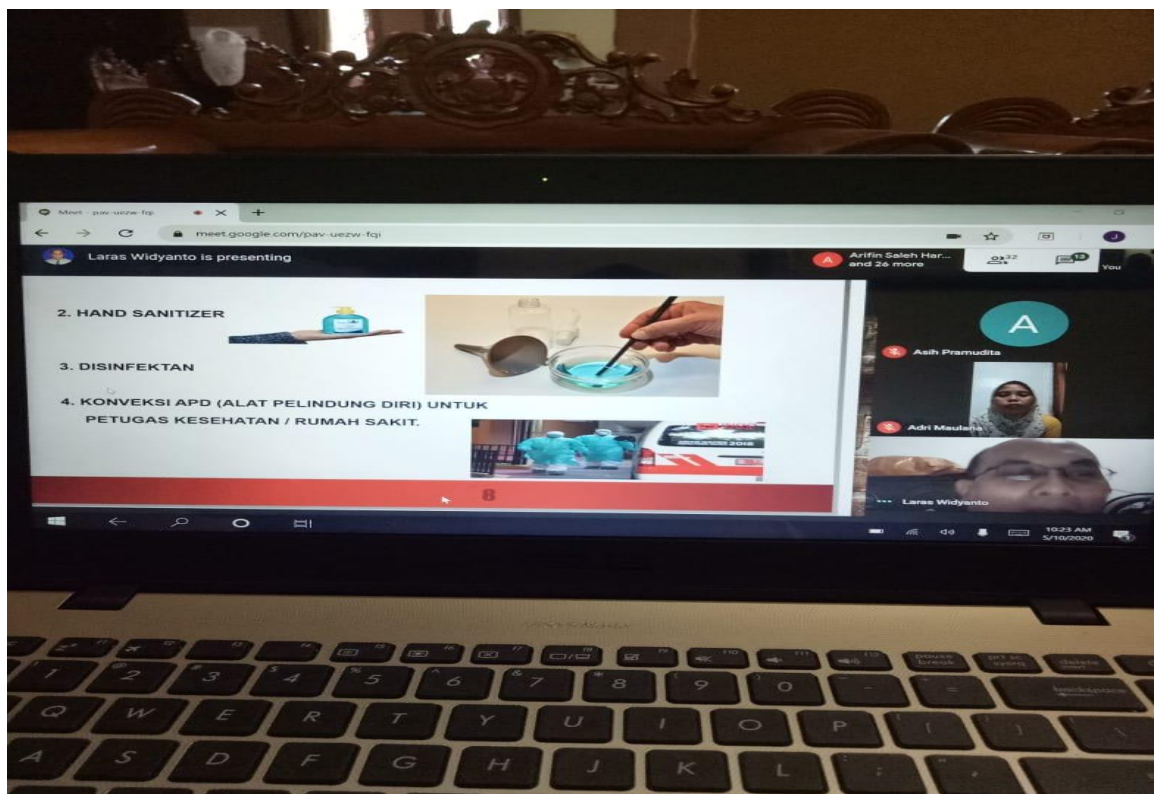
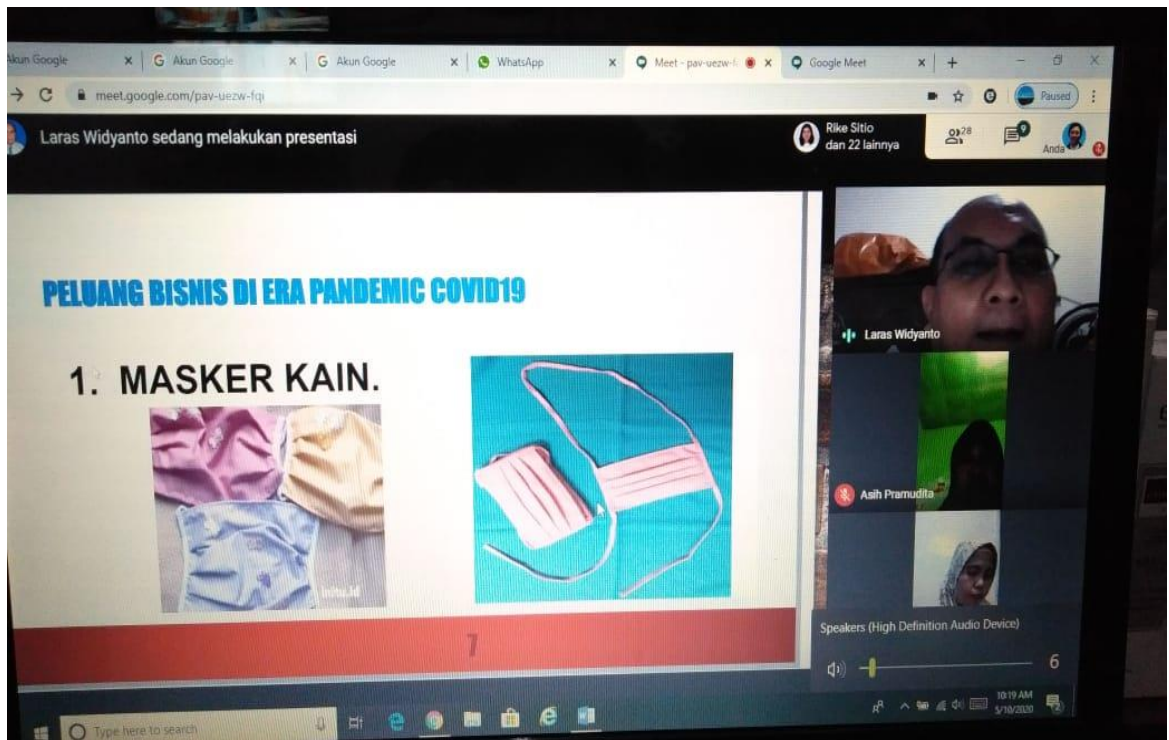
No	Foto	Biodata
1		<p>Nama : Dr. Sri Kurniawati, SE, MM. Tanggal lahir : Jakarta, 30 April 1970 Pendidikan : S3 Universitas Persada Indonesia YAI Pekerjaan : Dosen Universitas Persada Indonesia YAI E-mail : Ph. 081288155671</p>
2		<p>Nama : Muhammad Laras Widyanto, SE, MM, Ak, CA. Tanggal lahir : Jakarta, 12 September 1970 Pendidikan : S2 (MM) Universitas Persada Indonesia YAI Pekerjaan : Dosen Universitas Mercu Buana E-mail : laraswidyanto@gmail.com Ph. 08129917861</p>
3		<p>Nama : Jayanti Apri Emarawati, SH, MM Tanggal Lahir : Yogyakarta, 14 April 1969 Pendidikan : S2 Manajemen SDM, STIE IGI Pekerjaan : Dosen UPI YAI Jakarta Email : jayantiapri73@gmail.com Ph : 081315666142</p>
4		<p>Nama : Erni Nurjannah , M.Pd Tanggal Lahir : Sukabumi 3 Juli 1980 Pendidikan : S2 Pendidikan Matematika di Universitas Pasundan Pekerjaan : Dosen STKIP Bina Mutiara E-mail: erninurjanahpachru@gmail.com Ph. 081318371980</p>

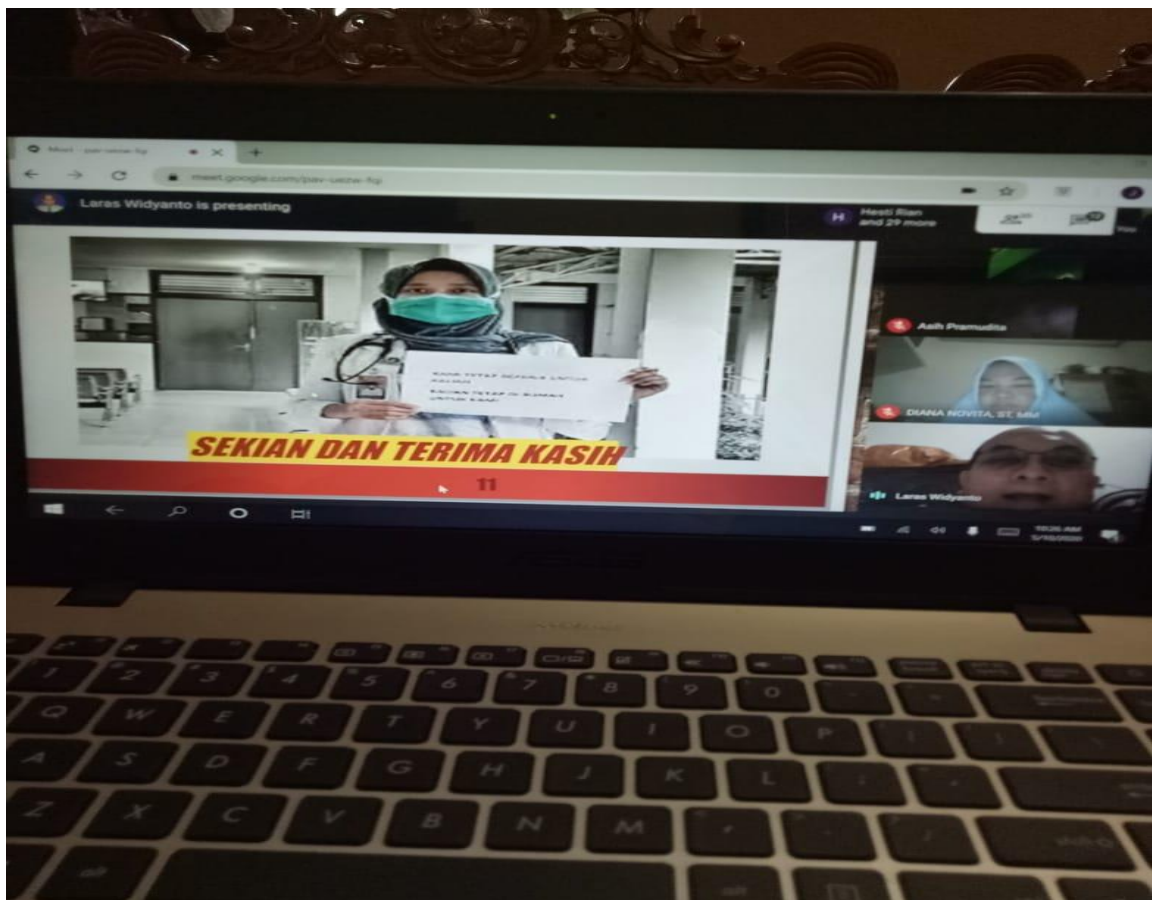
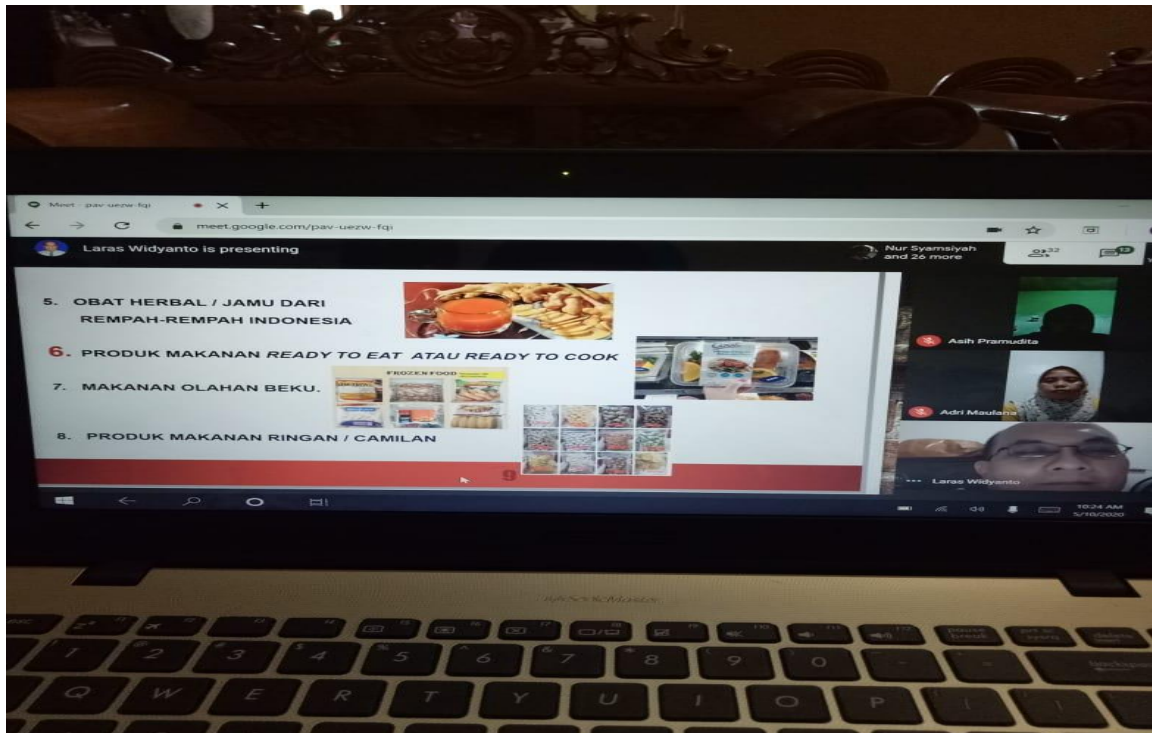
5		<p>Nama : Leis Suzanawaty, S.E, M.Si Tanggal Lahir : Bandung, 9 Agustus 1972 Pendidikan : S2 Ilmu Manajemen Universitas Indonesia Pekerjaan : Dosen pada Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Email : leis.suzanawaty@uinjkt.ac.id Ph : 081878904</p>
---	---	---

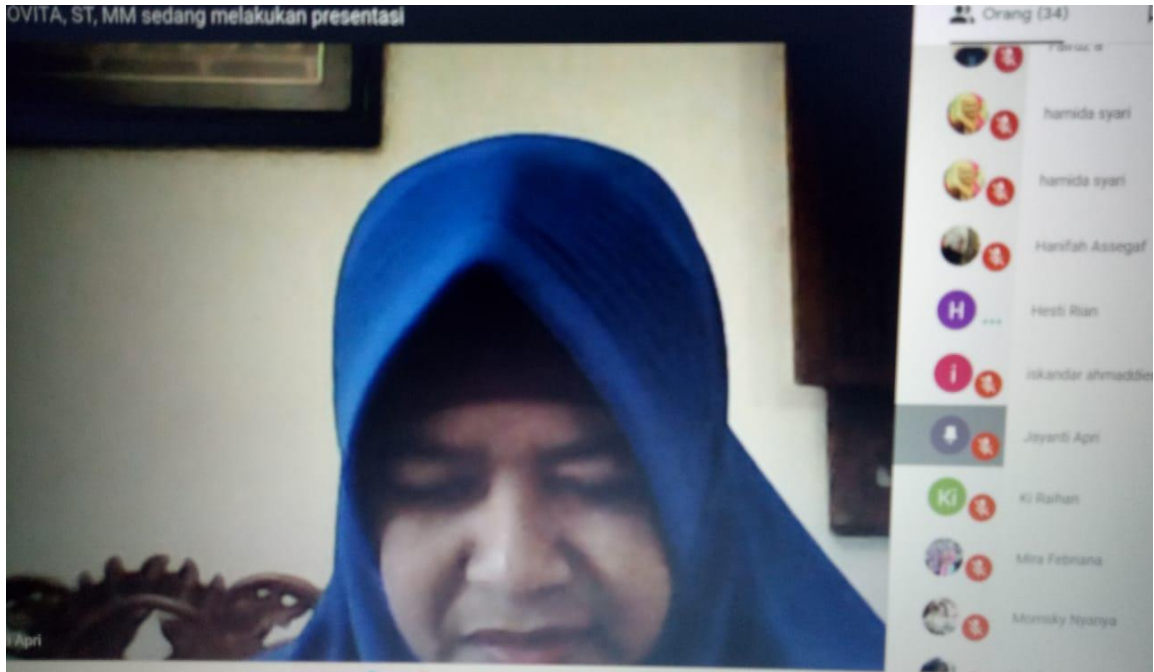
LAMPIRAN

Dokumentasi

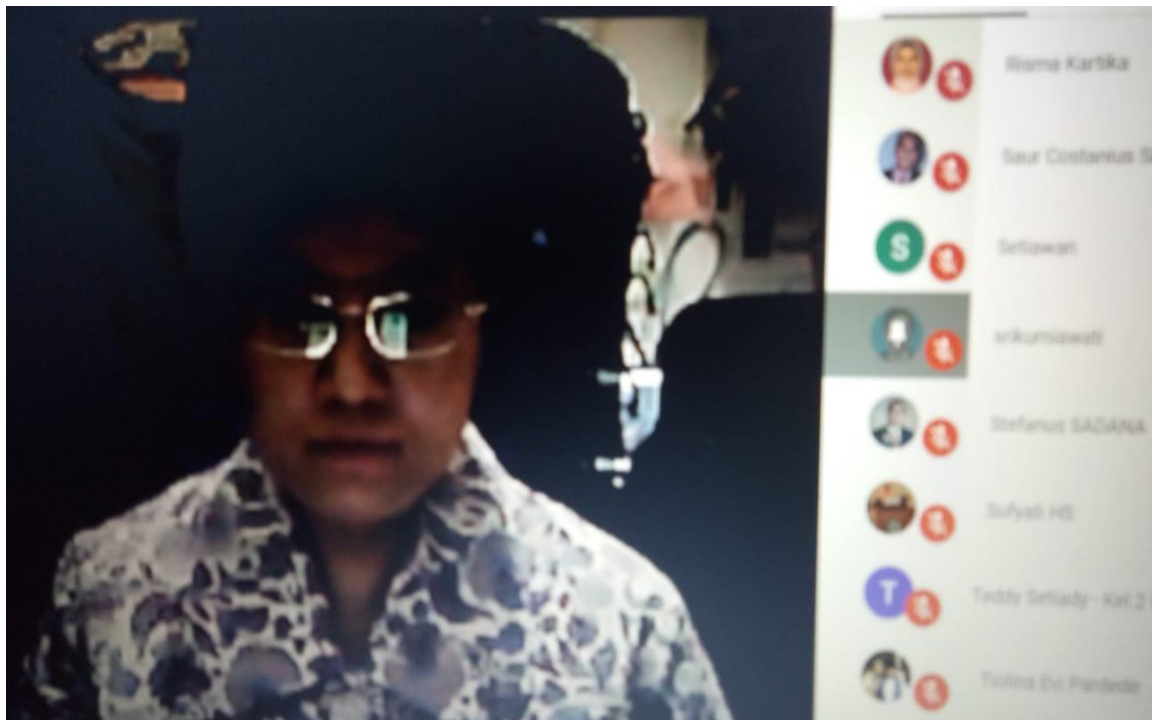




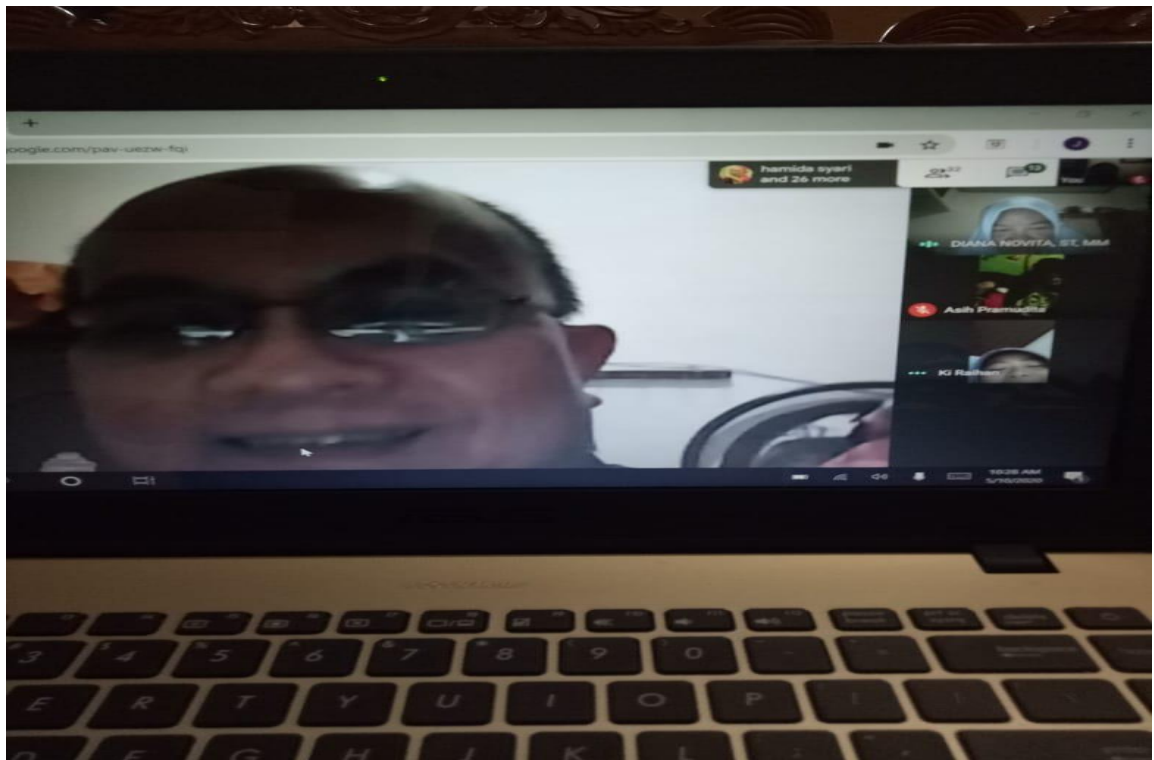




Jayanti Apri Emarawati, SH., MM



Dr. Sri Kurniati, SE., MM



Muhammad Laras Widyanto, SE., MM., Ak., CA



UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I

FAKULTAS TEKNIK

Kampus D : Jl. Salemba Raya 7/9 A Jakarta 10340, Indonesia
Telp : (021) 3914075-76-81, Fax : (021) 3147910
Website : www.yai.ac.id, E-mail : fti.upi@yai.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 100/ST/FT UPI Y.A.IV/2020

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Teknik Universitas Persada Indonesia Y.A.I, dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : Jayanti Apri Emarawati.SH. MM

Jabatan : Dosen Fakultas Teknik UPI Y.A.I

Sebagai **PESERTA** dalam Kegiatan **Abdimas Online** dengan tema Strategi Mempertahankan Bisnis UMKM Jawa Timur di Tengah Pandemi Covid 19 dengan judul 'Bisnis apa yang Laris di Tengah Pandemi Covid 19 yang diadakan oleh Savvy Project pada tanggal 10 Mei 2020.

Mohon memberikan laporan 1 (satu) minggu setelah kegiatan tersebut dilaksanakan.

Demikianlah surat Tugas ini kami sampaikan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 8 Mei 2020
Fakultas Teknik
Universitas Persada Indonesia Y.A.I
Dekan

Dr. Ir. Fitri Suryani. MT

SURAT KETERANGAN ABDIMAS

No. 019/SAVVY/PKM-IV.10.05.20

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Diana Novita ST, MM
Jabatan : Project Director Savvy
Alamat : Bandung, Jawa Barat

Menerangkan bahwa Dosen yang bersangkutan telah selesai melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat secara online melalui video conferencing dengan UMKM Kuliner Kel. Pakis, Kec. Sawahan, Kota Surabaya pada tanggal 10 Mei 2020 pukul 10.00 – 12.00 WIB. Nama Dosen tersebut sebagai berikut :

Nama : Jayanti Apri Emarawati, SH, MM
Hari / Tanggal : Minggu / 12 Mei 2020
Tempat : UMKM Kuliner Kel. Pakis, Kec. Sawahan, Kota Surabaya

Demikian surat keterangan ini Kami berikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 12 Mei 2020

Savvy Project Director



Diana Novita S.T., M.M.

SERTIFIKAT



SERTIFIKAT
No. 021/SAVVY/PKM-COVID/10.05.2020

Diberikan Kepada :

Jayanti Apri Emarawati SH., MM

Sebagai : Pemateri
Tema : Bisnis Apa yang Bisa Laris di Tengah Pandemi Covid 19

Pada Abdimas Online Via Video Conferencing Google Meet
Bersama Sivitas Akademika Dari Asosiasi Dosen Indonesia Dengan UMKM Kuliner Surabaya
Kelurahan Pakis Kecamatan Sawahan Pada Tanggal 10 Mei 2020 Pukul 10.00 - 12.00

Jakarta, 10 Mei 2020
Savvy Project Director

Supported by.



Diana Novita S.T., M.M.