

## PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI YANG EFEKTIF UNTUK RM. VEGETARIANO SUSHI

Yandi Suprpto<sup>1</sup>, Hendri<sup>2</sup>, Joan Goh<sup>3</sup>, Eric<sup>4</sup>, Vivin<sup>5</sup>, Braven Vladimeer Tandiono<sup>6</sup>

Universitas Internasional Batam

Email: yandi.suprpto@uib.ac.id

### Abstrak

Masuknya wabah Corona yang pertama kali ditemukan di Wuhan, China pada Desember 2019 ke Indonesia telah memberikan dampak besar terhadap perekonomian di Indonesia. Kebijakan physical distancing yang diterapkan oleh pemerintah telah memukul berbagai UMKM di Indonesia terutama yang bergerak di sektor penyedia makanan dan minuman. Salah satu UMKM penyedia makanan dan minuman di Batam yang terdampak adalah UMKM Vegetariano Sushi. RM. Vegetariano Sushi adalah rumah makan yang menyediakan berbagai makanan vegetarian di Batam. Sebelum adanya aturan physical distancing oleh pemerintah, RM. Vegetariano Sushi memiliki omzet 50 juta/bulan atau 600 juta/tahun. Namun, setelah berlakunya aturan physical distancing oleh pemerintah, RM. Vegetariano Sushi mengalami penurunan omzet hingga 40%. Oleh karena itu, diperlukan adaptasi baru untuk membantu pemulihan dari RM. Vegetariano Sushi. Kami pun menawarkan beberapa program kepada mitra seperti pembuatan video dan brosur promosi, serta beberapa rencana pemasaran baru dengan target meningkatkan 10% dari omzet yang diperoleh oleh RM. Vegetariano Sushi. Setelah dilakukannya implementasi selama beberapa minggu, strategi promosi yang ditawarkan pun terbukti mampu membantu pemulihan dari RM. Vegetariano Sushi dan meningkatkan omzet dari RM. Vegetariano Sushi sebesar 10%

**Kata Kunci :** Corona, Physical Distancing, UMKM, Vegetarian, Omzet

### Abstract

The entry of the Corona outbreak which was first discovered in Wuhan, China in December 2019 to Indonesia has had a major impact on the economy in Indonesia. The physical distancing policy implemented by the government has hit various MSMEs in Indonesia, especially those engaged in the food and beverage sector. One of the food and beverage providers in Batam that sells is Vegetariano Sushi. Vegetariano Sushi is a restaurant that provides a variety of vegetarian food in Batam. Prior to the government's physical distancing rules, Vegetariano Sushi has a turnover of 50 million/month or 600 million/year. However, after the implementation of physical distancing rules by the government, Vegetariano Sushi experienced a decrease in turnover of up to 40%. Therefore, a new adaptation of Vegetariano Sushi's promotional strategy is needed. New adaptations are needed to aid the recovery of RM. Vegetariano Sushi. We also offer several programs to partners such as video creation and promotional brochures, as well as some new marketing brands with the target of increasing 10% of the turnover earned by RM. Vegetariano Sushi. After several weeks of implementation, the promotional strategy offered was proven to be able to help the recovery of RM. Vegetariano Sushi and increased turnover from RM. Vegetariano Sushi 10%

**Keywords :** Corona, Physical Distancing, MSMEs, Vegetarian, Turnover

### PENDAHULUAN

Masuknya wabah Corona yang pertama kali ditemukan di Wuhan, China pada Desember 2019 ke Indonesia telah memberikan dampak besar terhadap

perekonomian di Indonesia (Hanoatubun & Universitas, 2020). Berdasarkan data terbaru pertanggal 30 Juni 2021, sudah tercatat 2.178.272 kasus positif covid-19 di Indonesia (Covid19.go.id, 2021). Berbagai

sektor UMKM di Indonesia tentunya mengalami penurunan pelanggan sejak munculnya virus COVID-19 di Indonesia, terutama setelah diterapkannya kebijakan physical distancing oleh pemerintah. Salah Satu UMKM yang paling terpengaruh dari pandemi COVID-19 adalah UMKM yang bergerak pada penyediaan akomodasi makan dan minuman. Dari data yang telah diolah oleh P2E LIPI, dampak penurunan pariwisata terhadap UMKM yang bergerak dalam usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27% (Rosita, 2020).

Salah satu UMKM penyedia makan dan minuman di Batam yang terkena dampak dari pandemi COVID-19 adalah RM. Vegetariano Sushi. RM. Vegetariano Sushi adalah sebuah rumah makan yang didirikan oleh Jwesty pada tahun 2015 dan berlokasi di kios Mitra Raya 2 Blok D no.9, Batam, Kepulauan Riau. Vegetariano Sushi adalah rumah makan yang menyediakan berbagai makanan vegetarian di Batam. Walau hanya berisi makanan vegetarian, tetapi menu yang ditawarkan RM. Vegetariano Sushi juga sangatlah beragam. Dimulai dari jenis sushi, bento, omellete, takoyaki, dan juga berbagai menu lainnya. Saat ini RM. Vegetariano Sushi memiliki jumlah karyawan sebanyak 5 orang.

Sejak adanya pandemi COVID-19, penjualan dan jumlah pelanggan dari RM. Vegetariano Sushi menurun. Sampai saat ini, RM. Vegetariano Sushi memiliki penurunan omzet hingga 40% dari total omzet yang diraih sebelum adanya aturan physical distancing dari pemerintah. Terlebih lagi menu makanan yang ditawarkan oleh RM. Vegetariano Sushi hanya berisi makanan vegetarian. Di Indonesia, jumlah orang yang menganut gaya hidup vegetarian ataupun suka memakan sayur sangatlah minim. Hal ini bisa dilihat data Riset Kesehatan Dasar yang menunjukkan bahwa rata-rata penduduk Indonesia yang kurang mengonsumsi sayur dan buah mencapai persentase 95,5% (DESTINA et al., 2019). Dengan pertimbangan dari hal-hal di atas, kami pun memutuskan untuk melakukan

implementasi Pengabdian kepada Masyarakat di RM. Vegetariano Sushi.

Dengan diadakannya kegiatan ini, kami berharap akan tersedia sebuah strategi promosi yang terstruktur untuk menarik perhatian masyarakat Batam kepada RM. Vegetariano Sushi sehingga RM. Vegetariano Sushi pun bisa segera bangkit dari keterpurukannya semasa pandemi COVID-19 ini terutama dengan adanya pertauran physical distancing yang sangat membatasi penjualan yang dimiliki oleh RM. Vegetariano Sushi. Setelah terbentuknya adaptasi terhadap strategi promosi yang dimiliki oleh RM. Vegetariano Sushi, kami berharap bahwa RM. Vegetariano Sushi bisa melanjutkan strategi-strategi promosi yang telah kami implementasikan sehingga kegiatan ini bisa berlangsung dengan manfaat yang berkelanjutan

## METODE

### a. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pelaksanaan implementasi, diperlukan sebuah teknik dalam mengumpulkan data yang diperlukan, antara lain,

#### 1. Observasi

Kelompok Penulis melakukan observasi langsung menuju lokasi dari RM. Vegetariano Sushi pada tanggal 20 Juni. Selain itu, kelompok penulis juga melakukan observasi terhadap media sosial yang digunakan oleh RM. Vegetariano Sushi untuk mengalisa titik kelemahan dari strategi yang dipakai oleh RM. Vegetariano Sushi dan melakukan perumusan masalah dari persoalan yang didapat.

#### 2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses komunikasi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan

informan atau subjek penelitian (Rahardjo Mudjia, 2011). Kelompok Penulis melakukan wawancara secara langsung pada tanggal 20 Juni kepada pemilik dari RM. Vegetariano Sushi, Jwesty, untuk mengumpulkan data penjualan perbulan dan pertahunnya, efek yang didapatkan setelah diterapkan aturan physical distancing oleh Pemerintah, serta informasi mengenai RM. Vegetariano Sushi lawannya. Selain wawancara secara langsung, kelompok penulis juga melakukan wawancara via whatsapp dengan pemilik.

### 3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik yang berguna untuk mendapatkan data dalam bahan yang berbentuk lisan atau catatan yang sudah berlalu (Kurnia Dwi Maryani, 2019). Kelompok Penulis juga melakukan dokumentasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan. Mulai dari meeting bersama pemilik RM. Vegetariano Sushi, meeting internal anggota kelompok, serta dokumentasi terhadap implementasi luaran yang dilakukan.

Setelah seluruh data yang diperlukan telah dikumpulkan, maka dapat dilakukan sebuah perumusan masalah dan berlanjut pada proses perancangan luaran. Adapun beberapa proses yang kami lakukan sampai luaran berhasil kami rancang. Langkah-langkah tersebut antara lain sebagai berikut.

- Menentukan tema, struktur dan durasi video promosi yang akan dirancang.

Setelah itu, kami melakukan perekaman langsung di RM. Vegetariano Sushi. Setelah itu, rekaman tersebut pun kami sunting dan kami bagikan melalui Instagram dari Mitra, serta Instagram pribadi dari anggota kelompok penulis.

- Merancang berbagai komponen yang perlu dicantumkan di dalam brosur. Setelah itu, dengan bantuan aplikasi Canva, kami pun membuat brosur promosi yang dimulai dari pengambilan gambar-gambar yang bisa menunjukkan jati diri dari RM. Vegetariano Sushi yaitu logo, makanan seperti sushi, dan juga Instagram dari Vegetariano Sushi. Setelah selesai dibuat, brosur kemudian dibagikan ke media sosial mulai dari Instagram mitra, Instagram anggota kelompok penulis, dan Whastapp dari mitra maupun anggota kelompok penulis. Media sosial dianggap sebagai media yang efektif untuk melakukan promosi pada pandemi dikarenakan jumlah pengguna aktif media sosial pada 2018 di Indonesia mencapai 48% dari total

penduduk. Hal ini berarti terdapat 130 juta orang dari 256,4 juta orang total penduduk di Indonesia aktif bermain media sosial (Dinda Sekar Puspitarini, 2019).

- Melakukan diskusi untuk membahas rencana pemasaran yang efektif untuk mempromosikan mitra. Setelah itu kami pun melakukan diskusi bersama mitra untuk pengimplementasian rencana pemasaran ini. Rencana pemasaran dimulai dari pembuatan suvenir berupa gantungan kunci yang mencantumkan logo dari Vegetariano Sushi. Setelah gantungan kunci tersebut telah selesai dibuat, gantungan kunci tersebut dibagikan kepada para pembeli dengan syarat yang ditentukan oleh mitra. Selain itu, juga dilakukan rencana pemasaran yang lain berupa pemberian gratis ongkir kepada pembeli yang mencapai minimal pembelian Rp 120.000. Implementasi gratis ongkir ini dimulai dari sebuah postingan dari instagram mitra mengenai promosi ini kepada para

pelanggannya sehingga para pembeli pun berusaha mencapai minimal pembelian ini untuk mendapatkan gratis ongkir terhadap pembeliannya.

b. Lokasi Pelaksanaan

Lokasi yang dipilih oleh anggota kelompok penulis untuk melaksanakan implementasi ini adalah RM. Vegetariano Sushi yang berlokasi di Mitra Raya 2 Blok D no. 9, Batam Center, Kota Batam, Kepulauan Riau.

c. Bahan dan Alat

1. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan berbagai macam foto dan video. Aplikasi ini akan menjadi media bagi kelompok penulis untuk membagikan video dan brosur promosi, serta informasi mengenai implementasi dari gratis ongkir dengan syarat pembelian.

2. Inshot

Inshot adalah sebuah aplikasi yang dimanfaatkan untuk mengedit video. Di dalam aplikasi ini terdapat banyak fitur yang bisa digunakan untuk memperindah video yang kita buat. Aplikasi ini adalah salah satu aplikasi yang kami gunakan untuk mengedit video yang telah kami rekam.

3. iCapcut

Capcut adalah sebuah aplikasi berbasis smartphone yang digunakan untuk mengedit video, menambahkan musik ke dalam video, serta

membagikannya ke sosial media kita masing-masing. Aplikasi ini juga kami gunakan untuk mengedit video yang telah kami rekam.

#### 4. Canva

Canva adalah sebuah aplikasi desain grafis yang dimanfaatkan untuk membuat berbagai macam desain kreatif seperti poster, brosur, kartu ucapan, dan lain sebagainya. Aplikasi ini digunakan oleh kami untuk membuat brosur promosi sebagai salah satu dari luaran dari implementasi ini.

#### d. Tahap Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan ini meliputi berbagai proses kegiatan yang telah disusun dengan terencana dan dilaksanakan secara sistematis. Tahapan-tahapan kegiatan yang telah disusun adalah sebagai berikut.

##### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi pencarian mitra, pemecahan masalah yang dimiliki oleh mitra, dan penentuan jadwal implementasi. Indikator keberhasilan dari tahap ini adalah berhasil mendapatkan mitra, telah mendapatkan solusi dari masalah yang dimiliki mitra, dan berhasil menyusun jadwal implementasi bersama mitra.

##### 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan meliputi pembuatan video promosi, brosur promosi yang kemudian dibagikan melalui instagram resmi mitra serta instagram dari anggota kelompok penulis. Selain itu tahap pelaksanaan juga meliputi pembuatan rencana pemasaran yang terdiri dari pembuatan suvenir berupa

gantungan kunci yang dibagikan kepada pembeli dan juga pemberian gratis ongkir dengan minimal pembelian. Indikator keberhasilan dari tahap ini adalah berhasil membuat video promosi dan brosur promosi, berhasil membagikan video dan brosur promosi yang telah dibuat, berhasil membagikan suvenir yang telah dibuat dan berhasil dalam mengimplementasikan gratis ongkir kepada pembeli yang mencapai minimal pembelian.

#### 3. Tahap Penilaian

Tahap penilaian meliputi evaluasi bersama pemilik mitra dan dosen pembimbing, serta wawancara bersama pemilik mitra terkait tingkat keberhasilan implementasi. Indikator keberhasilan dari tahap ini adalah mitra merasa implementasi yang dilakukan berhasil untuk mempromosikan usaha mereka, dan implementasi berhasil meningkatkan penjualan dari mitra.

#### 4. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan meliputi perangkuman implementasi yang telah dilakukan dalam sebuah laporan dengan format yang telah ditentukan. Indikator keberhasilan dari tahap ini adalah laporan lolos tes plagiarisme dan diterima oleh dosen

#### 5. Jadwal Pelaksanaan

Berikut adalah tabel dari jadwal pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat. Tabel ini berisi agenda kegiatan yang kami lakukan dari minggu pertama hingga minggu ketujuh dari

pelaksanaan  
Pengabdian  
Masyarakat ini.

Projek  
kepada

**Tabel 1.**  
**Jadwal Pelaksanaan 11 Juni 2021 – 16 Juli 2021**

| No | Kegiatan                                                                                                         | Minggu Ke- |   |   |   |   |   |   |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---|---|---|---|---|---|
|    |                                                                                                                  | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Observasi Mitra                                                                                                  |            |   |   |   |   |   |   |
| 2. | Konfirmasi<br>serta<br>Persetujuan dari<br>Mitra                                                                 |            |   |   |   |   |   |   |
|    | Mengidentifikasi Masalah<br>Mitra serta<br>Merumuskan<br>Program yang<br>Cocok untuk<br>Permasalahan<br>Tersebut |            |   |   |   |   |   |   |
| 3. | Pengajuan<br>proposal                                                                                            |            |   |   |   |   |   |   |
| 4. | Persiapan<br>Luaran yang<br>Diperlukan oleh<br>Mitra                                                             |            |   |   |   |   |   |   |
| 5. | Implementasi<br>Program                                                                                          |            |   |   |   |   |   |   |
| 6. | Implementasi<br>Program                                                                                          |            |   |   |   |   |   |   |
| 7. | Penyusunan<br>Laporan Akhir<br>dan Artikel                                                                       |            |   |   |   |   |   |   |

**Sumber: Penulis (2021)**

**Tabel 2.**  
**Jadwal Pelaksanaan 9 Juni 2021- 26 Juli 2021**

| Tanggal Kegiatan | Agenda                                            | Via       |
|------------------|---------------------------------------------------|-----------|
| 09 Juni 2021     | Menentukan mitra dan membahas permasalahan mitra. | Whats-App |
| 13 Juni 2021     | Menentukan Program                                | Whats-App |

|               |                                                                    |                 |
|---------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------|
|               | Implementasi untuk Memecahkan Permasalahn Mitra.                   |                 |
| 19 Juni 2021  | Pembuatan Proposal                                                 | Whats-App       |
| 23 Juni 2021` | Menetapkan Seluruh Agenda yang Akan Dilakukan Sebelum Implementasi | Microsoft Teams |
| 23 Juli 2021  | Mengevaluasi Implementasi yang Telah Dilakukan Secara Internal     | Whats-App       |
| 25 Juli 2021  | Mengevaluasi Implementasi Bersama Mitra                            | Whats-App       |
| 26 Juli 2021  | Pembuatan Artikel dan Proposal.                                    | Whats-App       |

**Sumber: Penulis (2021)**

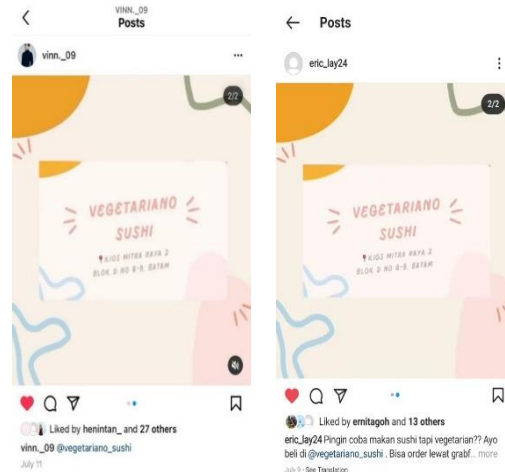
## PEMBAHASAN

Implementasi dilakukan mulai dari tanggal 1 Juli 2021 sampai 13 Juli 2021. Implementasi ini dilaksanakan oleh anggota kelompok penulis yang berjumlah 5 orang dan melibatkan pemilik dan karyawan RM. Vegetariano Sushi, serta para pembeli yang terlibat dalam proses implementasi. Implementasi yang dilakukan berupa menyebarkan video promosi dan brosur promosi yang telah dirancang oleh anggota kelompok penulis, membagikan souvenir yang telah dibuat sebelum hari implementasi tiba, dan juga penyebaran promosi berupa gratis ongkir dengan minimal pembelian di Instagram dari RM. Vegetariano Sushi.



**Gambar 1. Postingan Video Implementasi di Instagram Resmi Mitra, Sumber : Penulis (2021)**

Pada Gambar 1, terlihat postingan video promosi yang telah dirancang oleh anggota kelompok penulis di Instagram RM. Vegetariano Sushi Video promosi tersebut berdurasi 59 detik dan berisikan informasi mengenai lokasi, ruangan, dan menu yang ditawarkan di RM. Vegetariano Sushi. Dengan dibuatnya video promosi ini diharapkan RM. Vegetariano Sushi bisa lebih mengenalkan rumah makannya kepada para pembeli secara digital yaitu melalui Instagram. Hal ini juga sangat cocok untuk dilakukan mengingat saat ini sedang dijalankan aturan physical distancing serta PPKM Darurat oleh pemerintah. Dengan adanya kedua aturan tersebut, tentu akan lebih banyak masyarakat yang mengurangi kegiatan di luar rumah terutama untuk makan di luar rumah. Kebanyakan masyarakat lebih memilih untuk memesan makanan dan minuman secara digital sehingga strategi promosi berbasis digital akan lebih efektif untuk dilakukan.



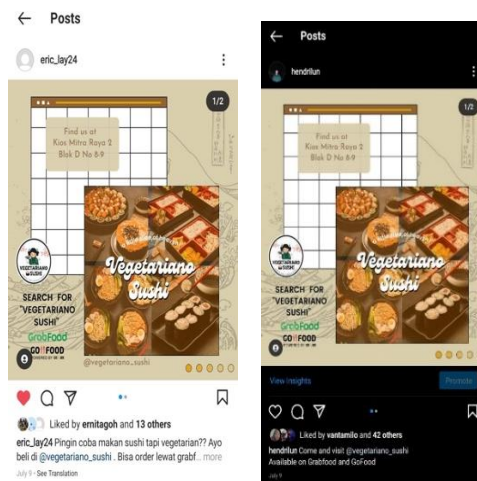
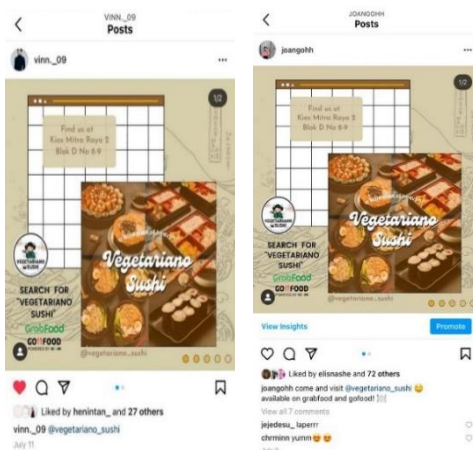
**Gambar 2. Postingan Video Implementasi di Instagram Anggota Kelompok Penulis, Sumber: Penulis (2021)**

Pada Gambar 2, terlihat postingan video promosi yang telah dirancang oleh anggota kelompok penulis di Instagram dari tiap anggota kelompok penulis. Dengan begitu, kami berharap bisa mengenalkan RM. Vegetariano Sushi ke lebih banyak orang dan menarik lebih banyak pembeli untuk RM. Vegetariano Sushi.



**Gambar 3. Postingan Brosur Hasil Implementasi di Instagram Mitra, Sumber: Penulis (2021)**

Pada Gambar 3, terlihat postingan brosur yang telah dirancang oleh anggota kelompok penulis di Instagram RM. Vegetariano Sushi. Dengan adanya brosur ini, kami ingin mempromosikan RM. Vegetariano Sushi dengan skala yang lebih luas. Brosur lebih mudah dibagikan melalui berbagai sosial media sehingga menjadi salah satu pilihan yang baik sebagai bahan promosi selain video. Selain itu, brosur yang dibagikan melalui media digital juga sangat efektif dilakukan di masa pandemi ini. Saat menjalani PPKM Darurat, kebanyakan masyarakat menghabiskan lebih banyak waktu dalam menggunakan sosial media sehingga peluang agar masyarakat bisa melihat brosur promosi yang kami buat semakin besar.



**Gambar 4. Postingan Brosur Hasil Implementasi di Instagram Anggota Kelompok Penulis, Sumber: Penulis (2021)**

Pada Gambar 4, terlihat postingan brosur yang telah dirancang oleh anggota kelompok penulis di Instagram dari tiap anggota penulis. Sama halnya seperti video, kami berharap agar skala promosi dari implementasi ini bisa lebih meluas lagi sehingga implementasi yang dilakukan bisa semakin maksimal.





**Gambar 5. Dokumentasi Pemberian Suvenir Kepada Pembeli, Sumber: Penulis (2021)**

Pada Gambar 5, terlihat dokumentasi dari pemberian suvenir kepada pembeli yang mencapai syarat yang telah ditentukan. Suvenir yang kami rancang adalah sebuah gantungan kunci dengan logo Vegetariano Sushi sebagai gambarnya. Kami berharap gantungan kunci yang menggambarkan Vegetariano Sushi ini bisa menunjukkan apresiasi dari Vegetariano Sushi kepada para pembelinya sekaligus sebagai salah satu bentuk promosi yang dilakukan. Pemberian suvenir ini direspon positif oleh para pembeli dari Vegetariano Sushi. Pembeli sangat menghargai pemberian yang diberikan sehingga strategi promosi ini sangatlah efektif dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pembeli terhadap pelayanan yang diberikan.



**Gambar 6. Postingan Story Implementasi Gratis Ongkir di Instagram Mitra, Sumber: Penulis (2021)**

Pada Gambar 6, terlihat postingan di Story Instagram dari Vegetariano Sushi yang mengumumkan adanya gratis ongkir kepada pembeli yang mencapai minimal pembelian Rp 120.000. Tujuan dari diadakan gratis ongkir ini adalah agar para pembeli berusaha untuk mencapai minimal pembelian yang telah ditentukan sehingga akan meningkatkan penjualan dari Vegetariano Sushi. Selain itu, promo gratis ongkir ini juga bisa menjadi salah satu alasan agar ada pembeli baru yang ingin mencoba makanan dan minuman yang ditawarkan oleh RM. Vegetariano Sushi.

Setelah seluruh implementasi telah selesai kami lakukan, kami pun melakukan evaluasi implementasi bersama mitra kami. Menurut pemilik dari Vegetariano Sushi, implementasi yang kami lakukan memberikan hasil yang positif terhadap mereka. Dengan diadakannya implementasi ini, Vegetariano Sushi berhasil untuk mendapatkan peningkatan omzet penjualannya sebanyak 10%. Hanya saja implementasi gratis ongkir kepada pembeli dinilai kurang memberikan efek yang

signifikan dalam penjualan sehari-harinya dikarenakan syarat yang diberikan terkesan berat bagi para pembeli terutama di masa pandemi ini.. Secara keseluruhan, implementasi dinilai sudah dilaksanakan dengan baik. Tetapi tentu masih ada beberapa perbaikan yang harus kami lakukan kedepannya.

Seluruh implementasi yang kami lakukan berlangsung sesuai rencana. Tidak ada kendala serius yang kami hadapi kecuali dengan peraturan PPKM Darurat yang baru diterapkan oleh pemerintah sehingga sedikit mempengaruhi implementasi yang kami lakukan. Implementasi ini juga bisa berjalan lancar berkat kerja sama dari mitra kami yaitu Vegetariano Sushi yang bersedia untuk membantu proses implementasi yang dilakukan.

Penulis berharap bahwa artikel ini bisa berguna dan menjadi motivasi bagi para pembaca untuk ikut melakukan Pengabdian kepada Masyarakat. Hal ini terlihat sederhana, namun jika dilakukan dengan tepat sasaran, maka akan menjadi sesuatu yang sangat berguna bagi orang lain.

## SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil implementasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi promosi baru yang dilakukan pada RM. Vegetariano Sushi telah sukses membantu pemulihan dari RM. Vegetariano Sushi selama pandemi. Hal ini terbukti dari omzet RM. Vegetariano Sushi yang sebelumnya turun 40% kembali mengalami kenaikan sebanyak 10%. Melihat dari hasil yang positif, penerapan strategi promosi ini akan dilanjutkan dan dikembangkan oleh mitra secara mandiri di kemudian hari.

Adapun beberapa pengembangan lebih lanjut yang dapat dilakukan dalam upaya Pengabdian Kepada Masyarakat ini yang belum bisa dilakukan oleh penulis. Hal ini dikarenakan pertimbangan situasi dan dana pada saat perancangan program implementasi ini. Pengembangan pertama adalah dengan menyelenggarakan sebuah

acara menarik bagi para pembeli setia dari mitra. Dengan melakukan program ini para pembeli setia dari mitra bisa merasa diperhatikan dan dihargai oleh mitra yang bersangkutan. Selain itu kegiatan acara ini juga secara tidak langsung bisa mempromosikan mitra dengan skala yang lebih luas serta lebih menarik dengan adanya interaksi langsung dengan para pembeli. Selain itu, implementasi gratis ongkir yang dilakukan juga dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menyesuaikan syarat minimal pembelian yang sebelumnya bernilai Rp. 120.000,00.

Pelaksanaan implementasi Pengabdian kepada Masyarakat ini didukung penuh oleh tim dosen kelas kewarganegaraan 2GAMP Universitas Internasional Batam dan juga didukung oleh lembaga Yayasan Universitas Internasional Batam. Kesediaan RM. Vegetariano Sushi sebagai mitra untuk bekerja sama penuh juga menjadi sebuah faktor penting terlaksananya implementasi Pengabdian kepada Masyarakat ini dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Covid19.go.id. (2021). Index @ Covid19.Go.Id. <https://covid19.go.id/>
- DESTINA, L. I. A., Purnamasari, A., & Iswari, R. D. (2019). Peran Dukungan Sosial Terhadap Penyesuaian Diri Pada Remaja Vegetarian Di Kota Palembang. Dinda Sekar Puspitarini. (2019). 1950 @ [search.unikom.ac.id](https://search.unikom.ac.id/). <https://search.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Hanoatubun, S., & Universitas. (2020). Dampak Covid – 19 Terhadap Perekonomian Indonesia. In E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana (Vol. 5, Issue 11, p. 249101).
- Kurnia Dwi Maryani. (2019). PERAN KOMUNITAS ANAK DALAM MENDUKUNG PROGRAM KABUPATEN LAYAK ANAK DI KABUPATEN MALANG. <https://core.ac.uk/reader/200764660>
- Rahardjo Mudjia. (2011). Metode

pengumpulan data penelitian kualitatif.  
1–4. <http://repository.uin-malang.ac.id/1123/1/metode-pengumpulan.pdf>

Rosita. (2020). PENGARUH COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/380>