

## EDUKASI PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN DAN STRATEGI PEMASARAN PADA KELOMPOK PEKERJA SALON DAN SPA DI MASA PANDEMI COVID-19

<sup>1\*</sup>Putu Nita Cahyawati, <sup>2</sup>Luh Gede Pradnyawati, dan <sup>3</sup>Ni Luh Anik Puspa Ningsih

<sup>1</sup>Bagian Farmakologi dan Farmasi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Warmadewa;

<sup>2</sup>Bagian IKK-IKP, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Warmadewa; <sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa

\*Email: [putunitacahyawati@gmail.com](mailto:putunitacahyawati@gmail.com)

---

### ABSTRAK

Pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap pariwisata Bali, termasuk usaha salon dan spa. Dampak utama yang dialami adalah penurunan jumlah pelanggan dan penerapan protokol kesehatan yang tepat selama bekerja. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada para pekerja salon dan spa terkait penerapan protokol kesehatan dan strategi marketing di era pandemi. Kegiatan pengabdian menerapkan metode pembelajaran *blended learning*. Kegiatan dibagi menjadi beberapa sesi dan melibatkan 5 orang pekerja. Pelaksanaan kegiatan meliputi diskusi, pretest, pemberian edukasi protokol kesehatan dan sistem marketing di masa pandemi Covid-19, pemutaran video, dan posttest. Pekerja yang terlibat berada pada rentang usia 25 tahun hingga 46 tahun. Karakteristik pekerja yaitu 100% adalah perempuan, pendidikan terakhir SMP sebanyak 2 orang (40%), dan SMA sebanyak 3 orang (60%). Mayoritas pekerja beragama Hindu (80%) dan sudah menikah (80%). Masa kerja pekerja bervariasi yaitu antara 1 tahun hingga 6 tahun. Seluruh pekerja memiliki jadwal kerja yang sama yaitu 6 kali per minggu. Setelah pelaksanaan kegiatan, diperoleh hasil yaitu persentase kehadiran pekerja pada kegiatan ini sangat baik (100%). Pelaksanaan kegiatan dengan membagi menjadi beberapa sesi kegiatan serta dengan penerapan metode edukasi secara daring dan luring (*blended learning*) berdampak baik pada peningkatan pengetahuan mitra yang ditandai dengan terdapatnya peningkatan rerata nilai pretest dan posttest, yaitu awal adalah 38 poin, meningkat menjadi 84 poin. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan metode edukasi *blended learning* meningkatkan pengetahuan pekerja salon dan spa dalam hal penerapan protokol kesehatan dan strategi marketing di masa pandemi Covid-19.

**Kata kunci:** Covid-19, edukasi kesehatan, sistem pemasaran, *blended learning*

### ABSTRACT

*The pandemic of Covid-19 had a significant impact on Bali's tourism, including salon and spa businesses. The main impact was declining customers numbers and the implementation of appropriate health protocols. This program aimed to provide education to salon and spa workers regarding the health protocols and marketing strategies during the pandemic era. The community project activity applied through blended learning method, divided into several sessions with five workers involvement. The activities included discussions, pre-test, education on health protocols and marketing system, video, and post-test. The workers' age range was 25 to 46 years, which were 100% women, 40% were junior high school and 60% were high schools' graduates, majority were Hindu (80%) and were married (80%). The length of working period varied from 1 year to 6 years. All workers had the same work schedule, 6 times per week. The result of the activity was that the percentage of partner's attendance was good (100%). The implementation of the program by online and offline methods (blended learning) had a good impact on increasing knowledge, which was marked by an increase in the average pre-test from 38 points into 84 points on post-test scores. Based on these results, we concluded that the blended learning method increases the*

*knowledge of salon and spa workers in terms of implementing health protocols and online marketing during the Covid-19 pandemic.*

**Keywords:** Covid-19, health education, marketing system, blended learning

## **PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 menyebabkan dampak besar dalam berbagai sektor kehidupan. Salah satu sektor yang paling terpuruk akibat pandemi Covid-19 adalah sektor pariwisata (Utami & Pertiwi, 2021). Bali sebagai daerah tujuan wisata tentunya sangat merasakan dampak tersebut. Dampak ini terutama dirasakan bagi pelaku dan usaha pariwisata. Pariwisata Bali mengalami penurunan drastis bahkan sampai minus sejak tahun 2020 (Purwahita et al., 2021). Keadaan ini berimbas pada kondisi ekonomi masyarakat karena terdapatnya pemutusan hubungan kerja baik yang bersifat temporer maupun permanen (Kusuma et al., 2021)

Setelah sempat ditutup untuk kunjungan wisatawan, Bali telah membuka kedatangan wisatawan domestik sejak 31 Juli 2020. Dinas Pariwisata Bali mencatat kerugian dari sektor pariwisata mencapai Rp 9,7 triliun tiap bulannya. Selain itu, walaupun sektor pariwisata kembali dibuka, asosiasi yang bergerak di perhotelan dan restoran mencatat lebih dari 90% pelaku di sektor ini belum diverifikasi dapat menjalani protokol Covid-19 (BBC News Indonesia, 2020; Putra, 2020). Menurut Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Kabupaten Badung, dampak Covid-19 ini lebih parah dibandingkan dampak akibat bom Bali dan erupsi Gunung Agung (Sugiari, 2020).

Kondisi ini sejalan dengan dialami oleh mitra pada kegiatan pengabdian ini. Mitra adalah kelompok pekerja di salon dan spa di wilayah Badung, Bali. Kondisi pandemi akibat penyebaran virus Covid-19 berdampak sangat signifikan terhadap kondisi tempat kerja mereka. Menurut penuturan mitra pemasukannya berkurang hingga 70%. Hal ini dikarenakan penurunan signifikan pada jumlah pelanggan yang datang. Pada awalnya salon ini memiliki beberapa pekerja, namun akibat biaya operasional yang tidak sebanding, akhirnya pekerja “dirumahkan”. Mitra belum mengetahui kapan akan dapat mempekerjakan pekerja lagi mengingat hingga saat ini pandemi masih berlangsung. Jam operasional juga

mengalami perubahan yang awalnya mulai pukul 10.00 WITA hingga 19.00 WITA atau hingga tamu selesai dilayani, namun karena pandemi berkurang hingga setengahnya saja.

Ketakutan memang dirasakan mitra, namun tuntutan ekonomi memaksa mereka harus tetap bekerja, walaupun dengan jumlah pengunjung yang terbatas. Tidak ada perubahan perilaku maupun aktivitas selama mereka bekerja kecuali mereka harus mencuci tangan sebelum masuk ke salon. Selama melayani pengunjung, mitra menggunakan pakaian pelindung seadanya dan hanya menggunakan pakaian yang dipakai dari rumah. Informasi terkait Covid-19 selama ini diperoleh melalui media massa dan media sosial. Di samping itu, selama masa pandemi ini mitra mengandalkan tamu yang memang sudah sering ke salon, dan kesulitan untuk mendapatkan tamu baru. Kondisi semakin parah dirasakan setelah setahun lebih pandemi. Hal ini karena tamu yang awalnya sering ke salon menjadi semakin jarang datang. Kemungkinan karena semua orang mengalami kesulitan keuangan akibat dampak pandemi ini. Pemasaran yang selama ini diandalkan adalah berdasarkan rekomendasi dari mulut ke mulut. Hal ini terbukti karena mayoritas tamu berasal dari daerah di sekitar salon saja. Kondisi inilah yang melatarbelakangi kegiatan pengabdian ini, guna dapat memberikan edukasi terkait penerapan protokol kesehatan di tempat kerja, serta metode pemasaran yang dapat diupayakan selama masa pandemi ini.

## **SOLUSI DAN TARGET LUARAN**

### **Solusi**

Dialog atau diskusi interaktif merupakan upaya awal yang dilaksanakan guna memperoleh informasi dan penetapan masalah prioritas mitra. Selanjutnya, dilakukan pemberian edukasi dengan menitikberatkan pada dua fokus utama yaitu penerapan protokol kesehatan dan strategi pemasaran yang dapat dilakukan selama masa pandemi ini. Dalam pelaksanaan kegiatan ini mitra berpartisipasi dalam menyediakan lokasi tempat pelaksanaan kegiatan.

### Target Luaran

Target yang diharapkan melalui kegiatan ini adalah terdapatnya peningkatan pengetahuan mitra terhadap materi edukasi yang diberikan.

### METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan mencakup beberapa hal yaitu: diskusi interaktif (Juwita, 2018), pelaksanaan *pretest*, penyampaian materi secara daring dan luring (*blended learning*), pelaksanaan *posttest*, dan pemberian bantuan alat pelindung diri dan *hand sanitizer* (Cahyawati & Saniathi, 2021; Permatananda et al., 2020; Pradnyawati & Cahyawati, 2019). Penerapan metode *blended learning* pada kegiatan ini sejalan dengan arahan pemerintah saat ini, yaitu dengan menerapkan metode pembelajaran berbasis teknologi informasi guna meminimalkan frekuensi tatap muka di masa pandemi Covid-19. Mitra yang terlibat pada kegiatan ini sebanyak 5 (lima) orang yang merupakan pekerja salon dan spa di wilayah Badung, Bali. Materi edukasi mencakup penerapan protokol kesehatan kerja selama pandemi dan strategi pemasaran yang memungkinkan. Indikator keberhasilan program dinilai dari beberapa hal antara lain: 1) Keterlibatan seluruh (100%) mitra; 2) Kenaikan nilai *pretest* dan *posttest*. Nilai *posttest* ditargetkan lebih dari 70 poin; 3) Pemberian edukasi penerapan protokol kesehatan minimal 1 kali; dan 4) Pemberian

edukasi strategi pemasaran minimal 1 kali (Cahyawati et al., 2019; Cahyawati & Lestari, 2021; Pradnyawati et al., 2021).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian bersama mitra dilaksanakan pada Bulan Juli 2021. Pelaksanaan dilaksanakan secara bertahap dengan menyesuaikan jam kerja mitra. Mitra yang terlibat dalam kegiatan ini sejumlah 5 orang. Jumlah ini sesuai dengan target awal yang ditetapkan. Dengan demikian, persentase kehadiran mitra yaitu 100%. Kegiatan diawali dengan diskusi dilanjutkan dengan pelaksanaan *pretest*, pemberian edukasi, pemutaran video, dan *posttest*.

Mitra pada kegiatan ini berada pada rentang usia 25 tahun hingga 46 tahun. Karakteristik mitra serupa dengan mitra pada kegiatan pengabdian lain yang umumnya berada pada usia produktif yaitu 20-40 tahun (Pradnyawati et al., 2021). Seluruh mitra (100%) adalah perempuan. Pendidikan terakhir mitra yaitu SMP sebanyak 2 orang (40%) dan SMA sebanyak 3 orang (60%). Mayoritas mitra beragama Hindu (80%) dan sisanya (20%) beragama Islam. Mayoritas mitra sudah menikah (80%) dan hanya 20% yang belum menikah. Masa kerja mitra bervariasi yaitu antara 1 tahun sebanyak 2 orang dan 6 tahun sebanyak 3 orang. Walaupun demikian, seluruh mitra memiliki jadwal kerja yang sama yaitu 6 kali per minggu (Tabel 1).

**Tabel 1. Karakteristik Mitra**

Karakteristik mitra	Mitra				
	1	2	3	4	5
Usia (tahun)	46	36	29	26	25
Jenis kelamin	P	P	P	P	P
Pendidikan	SMP	SMA	SMP	SMA	SMA
Agama	H	H	I	H	H
Status pernikahan	M	M	M	M	BM
Masa kerja (tahun)	6	6	1	1	6
Jadwal kerja (kali)	6	6	6	6	6

Keterangan: L (Laki-laki), P (Perempuan), H (Hindu), I (Islam), M (Menikah), BM (Belum Menikah)

Penilaian terkait pemahaman awal mitra tentang Covid-19 dan penerapan protokol kesehatan diketahui berdasarkan nilai *pretest*. Pertanyaan pada *pretest* terdiri dari 10 soal yang mencakup hal-hal terkait pengenalan Covid-19, upaya pencegahan, penerapan protokol kesehatan, dan perilaku hidup bersih dan sehat di masa pandemi. Hasil penilaian *pretest* menunjukkan bahwa rerata nilai pengetahuan mitra sebesar 38 poin. Nilai terendah adalah 20 poin dan tertinggi adalah 60 poin. Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan awal mitra terhadap COVID -19 masih sangat rendah.

Dari total 5 mitra hanya 40% mitra yang pernah mendapatkan edukasi terkait perilaku hidup bersih dan sehat di tempat kerja, hanya 40% mitra yang pernah mendapatkan edukasi tentang strategi pemasaran, hanya 60% mitra yang paham karakteristik dari usaha yang saat ini dijalani, 100% mitra belum memiliki gambaran tentang strategi usaha di tengah situasi pandemi, namun 60% sudah berencana melakukan sebuah strategi pemasaran. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu menghubungi beberapa pelanggan melalui media sosial (*WhatsApp*), walaupun bersifat terbatas karena tidak seluruh pelanggan diketahui nomor kontakannya.

Pelaksanaan edukasi dilaksanakan dengan metode daring dan luring. Materi penerapan protokol kesehatan diberikan secara luring (tatap muka langsung), namun materi strategi pemasaran dilaksanakan secara daring (*online*). Pemberian edukasi penerapan protokol kesehatan dilaksanakan sebanyak 1 kali. Hal ini telah sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan pada awal kegiatan. Pemberian edukasi mencakup beberapa materi seperti: pengenalan gejala Covid-19, upaya pencegahan Covid-19, penerapan protokol kesehatan, etika batuk dan bersin yang benar, cara mencuci tangan yang benar, dan penjelasan terkait prosedur yang dilakukan apabila menderita Covid-19. Selanjutnya, dilakukan pula pemutaran video edukatif (Gambar 1). Pemutaran video ini merupakan upaya untuk mempermudah mitra dalam memahami materi yang diberikan. Mitra juga diperkenalkan tentang penerapan *cleanliness, health, safety and environment* (CHSE) yang merupakan salah satu kebijakan pemerintah

dalam upaya membangkitkan pariwisata di Indonesia (Utami & Pertiwi, 2021).



**Gambar 1. Penyampaian materi protokol kesehatan secara luring**

Pemberian edukasi terkait strategi pemasaran dilaksanakan sebanyak 1 kali (Gambar 2). Hal ini juga telah sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan. Materi edukasi mencakup beberapa hal diantaranya: dampak negatif pandemi terhadap perekonomian termasuk usaha yang bergerak di bidang jasa, pemahaman karakteristik usaha yang dimiliki (*intangibility, inseparability, variability, dan perishability*), alternatif strategi usaha yang dilakukan (*experiential marketing* dan *emotional brand*), dan hal-hal penting lainnya yang perlu diperhatikan seperti: penerapan protokol kesehatan, penerapan sistem *booking*, dan *home service* untuk meningkatkan rasa aman dan nyaman, serta meningkatkan *hospitality* dan pemberian harga yang kompetitif.

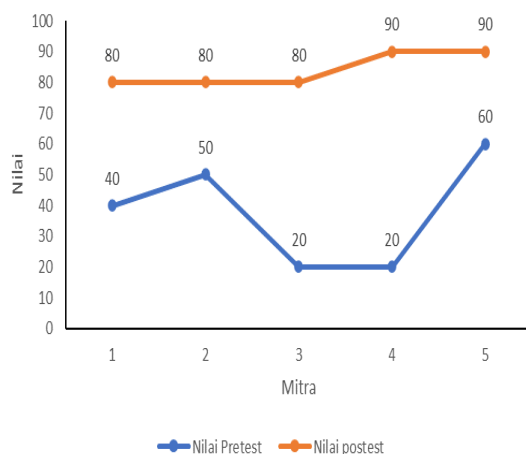
Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, strategi pemasaran di masa pandemi ini umumnya dilakukan dengan memaksimalkan fungsi media sosial dan tetap harus mempertimbangkan daya beli masyarakat (Rosmadi, 2021). Metode ini dikenal dengan istilah pemasaran digital (*digital marketing*). Metode ini memungkinkan kegiatan promosi maupun komunikasi dengan konsumen tanpa terhalang oleh jarak dan waktu. Pemasaran dapat dilakukan secara digital/*online* dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti jejaring sosial, internet, maupun lainnya (Saifuddin, 2021).



**Gambar 2. Penyampaian materi strategi pemasaran secara daring**

Pada akhir kegiatan dilaksanakan kegiatan *posttest* sebagai bentuk evaluasi kegiatan. Hasil *posttest* menunjukkan terjadi peningkatan pengetahuan mitra dengan nilai rerata adalah 84 poin. Nilai *posttest* terendah adalah 80 poin dan tertinggi adalah 90 poin (Gambar 3). Hasil ini sesuai dengan target yang ditetapkan yaitu 70. Peningkatan pengetahuan melalui penilaian hasil *pretest* dan *posttest* ini telah dilakukan pada beberapa program pengabdian terdahulu (Cahyawati et al., 2019; Cahyawati & Lestarini, 2021; Pradnyawati et al., 2021).

Kegiatan diakhiri dengan pemberian APD dan *hand sanitizer* yang dapat digunakan mitra agar dapat menerapkan protokol kesehatan dengan baik saat bekerja maupun di kehidupan sehari-hari



dan *pretest* yaitu dari nilai awal sebesar 38 poin meningkat menjadi 84 poin pada akhir kegiatan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UP2M), Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Warmadewa. Kegiatan ini mendapatkan bantuan dana hibah pengabdian UP2M tahun 2021. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh mitra yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- BBC News Indonesia*. (2020). Wisata Bali: Sektor Pariwisata Dibuka Setelah Merugi Rp 48,5 Triliun Akibat Covid-19, Namun 'Belum Semua Siap' Dan 'Masih Berisiko'. Available From: <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-53565487>
- Cahyawati, P. N., & Lestarini, A. (2021). *Konsultasi Online Dan Pendampingan Masyarakat Dalam Rangka Pencegahan Penularan Covid-19*. 20(24), 123–128.
- Cahyawati, P. N., Pradnyawati, L. G., & ... (2019). Empowering Students as Health Ambassadors in SMA Negeri 1 Kuta Utara. *WMJ (Warmadewa Medical ...)*, 4(1), 1–5. <https://core.ac.uk/download/pdf/268200536.pdf>
- Cahyawati, P. N., & Saniathi, N. (2021). Gambaran Perilaku Hidup Bersih dan Sehat. *WICAKSANA, Jurnal Lingkungan & Pembangunan*, 5(2), 87–91.
- Juwita, R. (2018). Pemberdayaan Kader dan Dasawisma Dalam Pencegahan Kasus Demam Berdarah Dengue di Banjar Menak, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. *WMJ (Warmadewa Medical Journal)*, 2(2), 60. <https://doi.org/10.22225/wmj.2.2.398.60-70>
- Kusuma, B., Bagus Kusuma Wijaya, & Wayan Eny Mariani. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor Perhotelan Di Bali. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 3(1), 49–59. <https://doi.org/10.22225/wmbj.3.1.2021.49-59>
- Permatananda, P. A. N. K., Aryastuti, Anak

- Agung Sri Agung; Cahyawati, P. N., & Udiyani, D. P. C. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Daring Di Desa Bukian, Bali Dalam Upaya Pencegahan Penyebaran Covid-19. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 2(4), 187–196.
- Pradnyawati, L. G., & Cahyawati, P. N. (2019). Pemberdayaan Perempuan Di Pasar Sindhur Sanur, Kota Denpasar Untuk Pencegahan IMS Dan HIV/AIDS. ... *Service Journal (CSJ)*, 1(2), 74–78. <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/csj/article/view/1241>
- Pradnyawati, L. G., Cahyawati, P. N., & ... (2021). Pemberdayaan Kader dalam Pencegahan IMS dan HIV/AIDS pada Pedagang Perempuan di Kota Denpasar. *Paradharma (Jurnal Aplikasi Iptek)* 4(2), 145–150. Available from: [tps://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/para\\_dharma/article/viewFile/1376/1210](https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/para_dharma/article/viewFile/1376/1210)
- Putra, RA. (2020). Mampukah pariwisata Bali bertahan di tengah badai corona? Available from: <https://www.dw.com/id/mampukah-bali-bertahan-di-tengah-corona/a-54862348>
- Purwahita AAARM, Putu Bagus Wisnu Wardhana, I Ketut Ardiasa, & I Made Winia. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Pariwisata Bali Ditinjau dari Sektor Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 1(2), 68–80. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i2.29>
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021. Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.
- Saifuddin, M. (2021). Digital Marketing : Strategi Yang Harus Dilakukan Umkm Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 115–124. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i1.3028>
- Sugiari, LP. (2020). Dampak Covid-19 bagi pariwisata jauh lebih parah dari Bom Bali. Available from: <https://bali.bisnis.com/read/20200410/538/1225373/dampak-covid-19-bagi-pariwisata-jauh-lebih-parah-dari-bom-bali>
- Utami, M. M., & Pertiwi, W. N. B. (2021). Pendampingan Implementasi Cleanliness, Health, Safety, dan Environment Desa Wisata Banyuwangi di Era Pandemi. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 169–174. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v5i2.26>