

PENGEMBANGAN *DIGITAL MARKETING* PADA USAHA ANEKA JAJANAN WPK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA SENGKIDU

Gde Bayu Surya Parwita¹⁾, I Made Tamba²⁾, Ayu Babro Valentina³⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

³⁾Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: gdebayusurya@unmas.ac.id¹⁾ ; itamba17@unmas.ac.id²⁾ ;

ayubabro280@gmail.com³⁾

ABSTRAK

Secara Administratif Desa Sengkidu merupakan salah satu dari 12 desa yang ada di Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali, yang dijadikan lokasi sasaran dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Desa Sengkidu terbagi menjadi tiga banjar dinas meliputi : Banjar Dinas Subagan, Banjar Dinas Karangasem, Banjar Dinas Mendira. Masyarakat Desa Sengkidu bekerja sebagai nelayan, sebagai petani, pegawai swasta, pemilik usaha mikro kecil dan menengah, dan bekerja pada sektor pariwisata, banyak masyarakat bergantung dari sektor pariwisata, akan tetapi dampak pandemi ini mengakibatkan beberapa masyarakat harus dirumahkan, bahkan ada yang terkena PHK. Salah satu usaha yang terdampak akibat pandemi covid-19 yaitu usaha yang terletak di Desa Sengkidu, Banjar Mendira, yaitu Aneka Jajanan WPK. Pada usaha Aneka Jajanan WPK kurangnya kesadaran penggunaan sarung tangan plastik pada saat produksi, masih menitipkan jajanan di warung-warung terdekat karena masih belum memahami terkait pentingnya *digital marketing* (pemasaran melalui media sosial). Selain itu usaha Aneka Jajanan WPK belum memiliki logo dan label sebagai identitas dari produk tersebut dan belum memahami cara memasarkan produk melalui media sosial seperti facebook dan instagram.

Kata kunci: Covid-19, Digital Marketing, Pemasaran.

ANALISIS SITUASI

Secara Administratif Desa Sengkidu merupakan salah satu dari 12 desa yang ada di Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali, yang dijadikan lokasi sasaran dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Desa Sengkidu terbagi menjadi tiga banjar dinas meliputi : Banjar Dinas Subagan, Banjar Dinas Karangasem, Banjar Dinas Mendira. Masyarakat Desa Sengkidu bekerja sebagai nelayan, sebagai petani, pegawai swasta, pemilik usaha mikro kecil dan menengah, dan bekerja pada sektor pariwisata, banyak masyarakat bergantung dari sektor pariwisata, akan tetapi dampak pandemi ini mengakibatkan beberapa masyarakat harus dirumahkan, bahkan ada yang terkena PHK.

Indonesia mengkonfirmasi kasus pertama infeksi virus corona penyebab Covid-19 pada awal Maret 2020. Penyebaran virus corona (Covid-19) yang sangat cepat yang membuat pemerintah harus membuat beberapa kebijakan seperti peraturan jam malam, meminimalisir kegiatan di luar rumah, bekerja dari rumah dan melakukan pembelajaran daring. Pandemi ini mengakibatkan melemahnya berbagai sektor kehidupan seperti bidang kesehatan, bidang pendidikan, bidang sosial dan bidang

ekonomi. Melemahnya bidang ekonomi berpengaruh terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Salah satu usaha yang terdampak akibat pandemi covid-19 yaitu usaha yang terletak di Desa Sengkidu, Banjar Mendira, usaha yang sedang dijalankan oleh Ibu Ni Luh Putu Sutariasih atau yang biasa dipanggil dengan Ibu Putu Erik, selaku pemilik usaha kuliner Aneka Jajanan WPK (Warung Padang Kecag) yang baru berdiri sejak Desember 2019, pada awal berdiri usaha jajanan ini diterima dikalangan masyarakat sekitar dan memberikan dampak positif bagi pemilik usaha karena pendapatan yang diterima masih cukup baik, usaha ini masih mengajak keluarga sebagai karyawan yaitu masih memperkerjakan anak, keponakan dan ipar sebagai karyawan untuk ikut dalam produksi jajanan, karena usaha ini masih dalam skala kecil dan masih dirintis. Akan tetapi pada awal tahun 2020 usaha ini harus ikut merasakan dampak pandemi covid-19. Pada masa pandemi pemilik usaha tidak bisa memproduksi jajanan setiap hari. Keadaan pandemi ini menyebabkan konsumen harus mengurangi jumlah belanja karena banyak masyarakat yang dirumahkan bahkan hingga di PHK, dan hal ini berdampak bagi pemilik usaha karena berkurangnya pendapatan dan juga pemesanan dari konsumen. Sehingga pemilik usaha mikro kecil dan menengah harus segera dapat beradaptasi di masa pandemi agar tetap bisa mempertahankan usahanya.

Persaingan usaha yang semakin ketat di era globalisasi harus disikapi oleh para pelaku bisnis/usaha dengan menerapkan langkah-langkah strategis bagi kelangsungan usahanya (Rosmadi, 2021). Salah satu cara yang bisa dilakukan yaitu dengan melakukan pemasaran melalui media sosial. *Digital Marketing* adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk menggunakan media digital atau internet (Farizki, dkk., 2020). *Digital marketing* merupakan upaya yang efektif dilakukan pada saat pandemi seperti sekarang (Sholawati, dkk., 2020). Pemasaran secara online merupakan media yang tepat digunakan pada masa pandemi dimana antara produsen dan konsumen tidak bertemu secara langsung pada suatu tempat tetapi memiliki jangkauan pasar yang sangat luas.

Pada usaha Aneka Jajanan WPK kurangnya kesadaran penggunaan sarung tangan plastik pada saat produksi, masih menipkan jajanan di warung-warung terdekat karena masih belum memahami terkait pentingnya *digital marketing* (pemasaran melalui media sosial). Selain itu usaha Aneka Jajanan WPK belum memiliki logo dan label sebagai identitas dari produk tersebut dan belum memahami cara memasarkan produk melalui media sosial seperti facebook dan instagram. Logo adalah elemen grafis yang berbentuk ideogram, simbol, ikon tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah *brand* yang terlihat secara fisik (Oscario, 2013). Label merupakan tempelan sederhana atau gambar pada produk kemasan, yang mencantumkan merek dan banyak informasi seperti menjelaskan produk, mempromosikan produk melalui gambar, menjelaskan tempat produksi (Susetyarsi, 2012). Dengan adanya logo dan label diharapkan dapat menarik minat konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi tersebut, permasalahan prioritas mitra adalah:

1. Permasalahan yang ditemui dalam bidang kesehatan, tidak memakai sarung tangan plastik pada saat produksi. Di masa pandemi ini merupakan salah satu cara pencegahan penularan virus covid-19 dengan tetap menjaga ke higienisan makanan.
2. Kurangnya pemahaman terkait pentingnya *digital marketing* (pemasaran melalui media sosial).
3. Pemilik usaha belum memiliki logo dan label sebagai identitas dari produknya dan belum memahami cara memasarkan produk melalui media sosial seperti facebook dan instagram.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan uraian permasalahan yang sedang dihadapi pemilik usaha Aneka Jajanan WPK. Berikut beberapa solusi yang dapat saya berikan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi pemilik usaha Aneka Jajanan WPK di Desa Sengkidu, sesuai dengan prioritas permasalahannya, dengan sifat program rintisan (belum pernah dilakukan) kegiatan tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Pada bidang kesehatan, pada saat pandemi pemilik usaha harus tetap menjaga ke higienisan makanan yang di produksinya, maka dari itu solusi yang akan dilakukan dengan memberikan *hand sanitizer* dan sarung tangan plastik dan melakukan pendampingan saat produksi.
2. Pada bidang pemasaran solusi yang dapat saya berikan yaitu dengan memberikan sosialisasi mengenai pentingnya *digital marketing* (pemasaran melalui media sosial) kepada pemilik dan karyawan usaha Aneka Jajanan WPK.
3. Membuatkan logo dan label sederhana dengan tujuan dapat menarik minat konsumen serta sebagai identitas bagi produk tersebut serta memberikan edukasi cara memasarkan produk melalui media sosial seperti facebook dan instagram sebagai media pemasaran agar jangkauan pemasaran menjadi lebih luas.

Melalui pengabdian pada masyarakat ini , maka target yang ingin capai yaitu :

1. Dalam proses produksi agar tetap menerapkan protokol kesehatan dan tetap menjaga ke higienisan makanan.
2. Pemilik usaha Aneka Jajanan WPK dapat memahami tentang pentingnya *digital marketing* (pemasaran melalui media sosial).
3. Dapat menarik minat konsumen dan memberikan identitas bagi produk tersebut dan dapat memperluas jangkauan pasar agar dapat meningkatkan jumlah pesanan maupun pendapatan bagi pemilik usaha.

METODE PELAKSANAAN

Pedagang yang menjadi sasaran pelaksanaan program kerja mengenai Pentingnya *Digital Marketing* (Pemasaran Melalui Media Sosial) Pengembangan usaha Aneka Jajanan WPK Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Sengkidu, adalah pedagang yang beralamat di Banjar Mendira, Desa Sengkidu, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem, Bali, selanjutnya dilakukan beberapa metode pelaksanaan dalam program kerja antara lain:

1) Penyuluhan

Metode ini dilakukan untuk memberikan penyuluhan kepada pemilik usaha dan karyawan dalam pentingnya menjaga higienisan jajanan yang diproduksi dengan menggunakan sarung tangan plastik dan selalu menggunakan *hand sanitizer* serta melakukan pendampingan saat proses produksi jajanan.

2) Sosialisasi

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan yaitu memberikan sosialisasi terkait pentingnya *digital marketing* (pemasaran melalui media sosial) bersama pemilik usaha dan karyawan usaha Aneka Jajanan WPK di Desa Sengkidu.

3) Pemberian dan penguasaan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan yaitu pemberian logo dan label sederhana yang telah dibuatkan serta meminta persetujuan terkait logo dan label dengan pemilik usaha Aneka Jajanan WPK serta memberikan edukasi cara memasarkan produk melalui media sosial seperti facebook dan instagram.

4) Partisipasi masyarakat

Partisipasi dari pemilik dan karyawan usaha Aneka Jajanan WPK dalam program ini sangat antusias karena pemilik usaha merasa terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini ditengah pandemi covid-19. Walaupun pemilik dan karyawan usaha Aneka Jajanan WPK masih merasa kesulitan dalam menerapkan penggunaan sarung tangan plastik dan cara memasarkan produknya melalui media sosial, tetapi pemilik usaha tetap antusias dalam program ini.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini telah Kegiatan Pengabdian Masyarakat terkait Pentingnya *Digital Marketing* (Pemasaran Melalui Media Sosial) Pengembangan Usaha Aneka Jajanan WPK Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Sengkidu, telah dilaksanakan dengan baik Hal ini dapat dilihat dari beberapa dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 1. Kegiatan wawancara bersama pemilik Usaha Aneka Jajanan WPK di Desa Sengkidu.



Gambar 2. Memberikan *hand sanitizer* dan sarung tangan plastik.



Gambar 3. Melakukan pendampingan saat produksi jajanan.



Gambar 4. Memberikan sosialisasi terkait pentingnya *digital marketing* dan pembuatan logo



Gambar 5. Logo aneka jajanan WPK

Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan yaitu memberikan *hand sanitizer* dan sarung tangan plastik serta melakukan pendampingan saat proses produksi jajanan, sosialisasi pentingnya *digital marketing* (pemasaran melalui media sosial) kepada pemilik dan karyawan, dan membuat logo dan label sederhana serta memberikan edukasi cara memasarkan produk melalui media sosial. Kendala yang dihadapi saat pelaksanaan kegiatan yaitu kondisi cuaca yang tidak menentu sehingga tidak memungkinkan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat serta pemilik usaha yang sedang hamil sehingga sulit dalam mengatur waktu pelaksanaan kegiatan, akan tetapi kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah berjalan dengan baik karena partisipasi dan antusias dari pemilik dan karyawan usaha Aneka Jajanan WPK.

Dengan terlaksananya program kerja kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pemilik usaha dan karyawan usaha Aneka Jajanan WPK tentang penggunaan *hand sanitizer* dan sarung tangan plastik pada saat produksi sehingga dapat menjaga kehygienisan produk serta dapat mencegah penularan virus covid-19. Karyawan dan pemilik memahami pentingnya *digital marketing* (pemasaran melalui media sosial), serta dengan adanya logo dan label dapat menarik minat konsumen dan dengan diberikannya edukasi cara memasarkan produk melalui media sosial dapat memperluas jangkauan pasar dan dapat meningkatkan pendapatan pemilik usaha Aneka Jajanan WPK.

Partisipasi pemilik dan karyawan usaha Aneka Jajanan WPK dalam program ini sangat antusias karena pemilik usaha merasa terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini ditengah pandemi covid-19.

- 1) Pemilik dan karyawan usaha Aneka Jajanan WPK bersedia diberikan *hand sanitizer* dan sarung tangan plastik serta bersedia didampingi pada saat proses produksi jajanan.
- 2) Pemilik dan karyawan usaha Aneka Jajanan WPK bersedia diberikan sosialisasi terkait pentingnya *digital marketing* (pemasaran melalui media sosial).
- 3) Pemilik dan karyawan usaha Aneka Jajanan WPK bersedia dibuatkan logo dan label sederhana serta bersedia diberikan edukasi cara memasarkan produk melalui media sosial seperti facebook dan instagram.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan program kegiatan pengabdian masyarakat terkait Pentingnya *Digital Marketing* (Pemasaran Melalui Media Sosial) Pengembangan Usaha Aneka Jajanan WPK Pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Sengkidu, telah berjalan dengan baik. Kesimpulan yang dapat diperoleh melalui kegiatan ini pemilik usaha Aneka Jajanan WPK merasa terbantu karena telah diberikan *hand sanitizer* dan sarung tangan plastik yang dapat digunakan dalam proses produksi agar tetap terjaganya kehygienisan produk, dengan adanya sosialisasi terkait pentingnya *digital marketing* (pemasaran melalui media sosial) pemilik dan karyawan memahami pentingnya pemasaran melalui media sosial, dan dengan dibuatkannya logo dan label dapat meningkatkan minat konsumen dan memberi identitas produk, dan juga dengan memberikan edukasi cara memasarkan produknya melalui media sosial seperti facebook dan instagram. Pemilik usaha sudah mulai menerima pesanan melalui media sosial dan dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan serta dapat dikenal oleh masyarakat luas serta lebih berkembang kedepannya

Saran

Pemilik usaha dan karyawan disarankan agar tetap melakukan pemasaran melalui media sosial agar dapat meningkatkan pendapatan serta memperluas jangkauan pasar sehingga usaha ini berkembang dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Farizki, F. I., Robiatus, Salamah., Tengku, S. R. M., Widya, K. W., dan Purnama, Siddi. 2020. Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing. *Selaparang Jurnal. Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*,4(1), 620-623.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *IKRA-ITH EKONOMIKA*, 4(1), 122-127
- Sholawati, L. D., Laila, Z. F., Kumaeroh, N. A., & Syalima, I. (2020). Upaya Meningkatkan Nilai Ekonomi Pelaku Umkm Melalui Digital Marketing Di Tengah Pandemi Covid-19 Dusun Karanganyar. *Abdipraja (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 1(1), 8-13.
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 4(3), 1-28.