

DIGITALISASI PEMASARAN DALAM MEMULIHKAN EKSISTENSI UMKM BUSANA ADAT BALI AKIBAT DAMPAK COVID-19 DI DESA ABIANSEMAL DAUH YEH CANI, KECAMATAN ABIANSEMAL, KABUPATEN BADUNG

Ni Komang Yunika Dewi¹⁾, I Wayan Widnyana²⁾

^{1,2,3)} Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: nkyunikadewi@gmail.com

ABSTRAK

Situasi pandemi Covid-19 menyebabkan banyak UMKM yang mengalami penurunan usaha, tidak terkecuali usaha Busana Adat Bali Akibat Dampak Covid-19 Di Desa Abiansemal Dauh Yeh Cani, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. Terbitnya Peraturan Gubernur Bali nomor 79 tahun 2018 tentang hari Penggunaan Busana Adat Bali, memberi angin segar bagi UMKM Busana adat, tetapi pandemic covid-19 menggulung keadaan menjadi kurang menguntungkan. Untuk memulihkan eksistensi mitra yaitu usaha Busana adat Yogiswara Collection, melalui langkah kreatif dan inovatif melalui pemasaran produknya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan pemasaran usaha Busana Adat Yogiswara Collection, melalui digitalisasi pemasaran agar jaringan pemasaran menjadi luas dan pembuatan kemasan produk agar memiliki daya tarik bagi konsumen. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini mendapat respon yang baik, ini dibuktikan dengan partisipasi aktif sejak awal hingga akhir kegiatan pengabdian ini. Hasil dari pengabdian masyarakat ini sudah dirasakan oleh mitra, yaitu tersedia aplikasi pemasaran digital yang dapat menjangkau area pemasaran luas dan tanpa batas. Produk usaha Busana adat Yogiswara Collection juga sudah memiliki kemasan yang menarik.

Kata Kunci: UMKM, Busana Adat, Covid-19, Digitalisasi Pemasaran, Kemasan

ANALISIS SITUASI

Penggunaan Busana Adat Bali dilakukan untuk memperkuat adat dan budaya Bali serta bentuk komitmen terhadap adat, agama, seni, tradisi dan budaya di Provinsi Bali. Selain itu, untuk melestarikan kebudayaan Bali dan memperkenalkan kebudayaan Bali ke generasi muda karena kebudayaan Bali akan diwariskan turun temurun. Busana adat Bali merupakan bagian dari kekayaan budaya nasional yang perlu dilestarikan dalam rangka pembinaan dan pengembangan budaya nasional. Penggunaan busana adat Bali oleh masyarakat khususnya Bali adalah untuk menjaga, memelihara, dan melestarikan produk lokal dan menjadikan pemakai busana adat Bali percaya diri dan berbudi pekerti luhur.

Peraturan Gubernur Bali nomor 79 tahun 2018 tentang hari Penggunaan Busana Adat Bali, merupakan bentuk perhatian pemerintah daerah dalam melestarikan kebudayaan Bali, dan juga mengusung ekonomi kerakyatan, mengingat usaha busana Bali sebagian besar merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Di Desa Abiansemal, Kabupaten Badung terdapat UMKM yang mempunyai peran cukup strategis dalam memelihara kebudayaan Bali. melalui penjualan busana adat Bali, sebagai mitra kegiatan pengabdian ini yaitu Yogiswara Collection. Usaha Busana Adat Bali ini sudah berjalan lebih dari 2 tahun, dimana pemilik usaha yaitu Ni Luh Nikawati yang memulai usahanya dengan merintis sedikit demi sedikit melalui toko pribadi yang mengandalkan daya tarik masyarakat sekitar melalui pajangan-pajangan busana Adat Bali untuk perempuan maupun laki-laki seperti kebaya, selendang, kamen, udeng, kampuh, dan lain-lain. Lokasi usaha ini tepatnya terletak di Br. Penarungan, Desa Abiansemal Dauh Yeh Cani Kabupaten Badung. Pada tahun pertama usaha ini berjalan baik seiring penerapan peraturan gubernur nomor 79 tahun 2018, banyak pengunjung datang berbelanja.

Adanya pandemi Covid-19 ini pada awal bulan Maret 2020 penjualan Busana Adat Bali masih bisa dikatakan berjalan dengan lancar (normal) setelah berjalan waktu ke waktu penjualan Busana Adat Bali ini mengalami penurunan, dikarenakan banyak masyarakat yang terkena dampak covid-19 ini salah satunya adanya pemutusan hubungan kerja (PHK) dari perusahaan yang menyebabkan daya beli masyarakat menurun. Oleh karena itu kegiatan pengabdian ini memberikan solusi kepada pemilik usaha Busana Adat Bali selaku sebagai Yogiswara Collection UMKM yang saat ini mengalami penurunan omset penjualan dengan memberikan pemahaman untuk mempromosikan usahanya melalui media sosial dan memiliki kemasan yang mampu menarik daya minat masyarakat sekitar, dengan adanya pembuatan media sosial dalam pemasaran bisa memperluas jaringan pemasaran produk di mancanegara. Apalagi di zaman sekarang, digital sudah tidak asing bagi banyak masyarakat yang dapat menggunakan media sosial diberbagai aktivitas kegiatannya.

Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia tahun 2018 menunjukkan bahwa jumlah unit usaha penyerapan tenaga kerja, 89% di antaranya ada pada sektor mikro, dan dapat menyumbang 60% terhadap produk domestik bruto. Peran UMKM menjadi sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan Survey yang dilakukan oleh Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI) dampak Covid-19 terhadap UMKM begitu terasa. Hampir seluruh UMKM mengalami penurunan penjualan. Sebesar 36.7% pelaku UMKM tidak memperoleh penjualan, sedangkan 26% nya mengalami penurunan penjualan lebih dari 60%. (ABDSI), 2020).

Digital marketing adalah upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital dengan tujuan yaitu perusahaan bisa tetap berhubungan dengan konsumen melalui saluran komunikasi online. (Chakti, 2019). Digital Marketing adalah bentuk pemasaran kekinian sekaligus merupakan harapan baru dan dobrakan baru bagi perusahaan dan diharapkan memberikan dampak positif bagi perusahaan. (Lestari & Saifuddin, 2020)

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah kami lakukan pada UMKM Yogiswara collection di wilayah Br. Penarungan Desa Abiansemal Kecamatan Abiansemal, Kabupateng Badung. Yogiswara Collection yang kami temui yaitu Ibu Nikawati sebagai pemilik usaha Busana Adat Bali, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang dihadapi Ibu Nikawati selaku Yogiswara Collection UMKM sebagai berikut:

1. Minimnya pengetahuan Ilmu Teknologi dan kurang efektifnya penggunaan media sosial seperti intagram ,facebook ,whatshap serta kata-kata promosi dan foto dari produk yang menarik yang akan diposting dalam memasarkan produknya, sehingga Yogiswara Collection belum bisa memasarkan produknya melalui media sosial .
2. Menurunnya daya beli konsumen karena adanya pandemi ini dan melemahnya sektor pariwisata yang memiliki efek terhadap sektor UMKM Busana Adat Bali. Pandemi ini telah membawa perubahan yang drastis dalam berbagai aspek kehidupan normal kita sehari-hari, seperti sektor sosial ekonomi. Pada masa pandemi ini banyak masyarakat yang mengalami penurunan pendapatan bahkan kehilangan pendapatannya. Sehingga konsumen yang datang berkurang drastis. Turunya omset pejualan menyebabkan Yogiswara Collection berusaha keras untuk memasarkan produknya agar usaha yang dijalani tetap bisa berjalan dalam situasi pandemi covid-19 ini.

Sasaran pemasaran yaitu menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga yang menarik, mendistribusikan produk atau jasa dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip yaitu kepuasan pelanggan. (Saifuddin, 2013).

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dari permasalahan yang dialami oleh usaha Busana Adat Yogiswara Collection Bali yang mengalami penurunan omset penjualan akibat dampak Covid-19. Berikut ini beberapa solusi yang dapat diberikan agar bisa mengatasi permasalahan yang dialami:

1. Memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang cara membuat media pemesanan secara digital menggunakan akun Intagram, facebook, dan whatshap. Memposting produk dan membuat video yang kreatif beserta kata-kata yang menarik melalui media sosial. Karena di masa pandemi sekarang ini pemasaran melalui media sosial sangat membantu menyebarkan keberadaan usaha dan produk yang dijual.
2. Pada bidang pemasaran kedua kami memberikan informasi mengenai aspek konsumen dimana untuk meningkatkan omset penjualan yaitu melalui kemasan dalam suatu produk, dimana kemasan suatu produk dapat mempengaruhi daya tarik beli konsumen. Dimana kami akan membuat dan memberikan

kemasan yang sebelumnya belum digunakan dengan memberikan inovasi dan kreatif yang dapat dilihat melalui kemasan.

Kedua program ini bersifat rintisan karena merupakan program yang baru pertama kali digunakan dalam pemasaran produk usaha Busana Adat Yogiswara Collection Bali.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dari solusi yang diberikan terbagi beberapa tahapan mulai dari persiapan hingga evaluasi akhir dari berjalanya program ini.

1. Obsevasi dilakukan bertujuan mengenai bagaimana keadaan di sekitar lingkungan Usaha Busana Adat Bali yaitu Yogiswara Collection.
2. Diskusi dilakukan untuk mengetahui masalah yang dihadapi dan berusaha untuk memecahkan dan mencari solusi atau jalan keluar untuk masalah tersebut.
3. Program penyuluhan bertujuan untuk memberikan pemahaman bagaimana cara membuat media sosial dalam memasarkan produknya
4. Pembuatan foto dan video dalam mempromosikan produk yang bertujuan untuk membantu UMKM mengambil foto dan vedio yang menarik dan kreatif
5. Pembuatan kemasan yang lebih menarik

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Digitalisasi Pemasaran dalam memulihkan eksistensi UMKM Busana Adat Bali akibat Dampak Covid-19 di Desa Abiansemal Dauh Yeh Cani, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, dilaksanakan selama 6 minggu mulai dari observasi yaitu mulai tanggal 24 Februari 2021 dan direncanakan program pelaksanaan kegiatan berakhir pada tanggal 14 April 2021. Dengan rincian mengenai waktu pelaksanaan sebagai berikut: 1) Melakukan observasi dan wawancara dengan UMKM sasaran di Desa Abiansemal tanggal 24 – 28 Februari 2021, 2) Memberikan pelatihan menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan produk tanggal 1 – 3 Maret 2021, 3) Mempersiapkan produk dan pembuatan foto dan video yang menarik dan rapi dalam memasarkan produk melalui media digital tanggal 4 – 25 Maret 2021, 4) Membuatkan kemasan yang menarik dan kreatif untuk menambah daya tarik konsumen tanggal 26 Maret – 4 April 2021, 5) Memberikan bantuan APD berupa handsanitezer dan masker sebagai pencegahan penyebaran covid-19 tanggal 5 – 9 April 2021, dan 6) Melakukan evaluasi program kerja tanggal 10 -14 April 2021.

Selama kegiatan pengabdian masyarakat ini, usaha Busana Adat Yogiswara Collection Bali merasa sangat terbantu. Adanya kegiatan ini usaha Busana Adat Yogiswara Collection Bali mempunyai solusi untuk mengatasi masalah yang dialaminya selama masa pandemi covid-19 ini.

Partisipasi dari mitra pengabdian selama pelaksanaan program kerja sebagai berikut:

1. Memberikan pemahaman mengenai bagaimana cara membuat dan memasarkan produk melalui media sosial kepada pemilik usaha busana adat bali dan kepada karyawan.



2. Membuatkan dan memberikan kemasan produk Busana Adat Bali Yogiswara Collection yang awalnya berdesain polos



3. Membuatkan media sosial dalam memasarkan produk seperti instagram dan facebook



KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat penting untuk diikuti guna memberikan kesempatan untuk meningkatkan omset penjualan Yogiswara Colection dari Busana Adat Bali yang mengalami penurunan penjualan akibat adanya dampak Covid-19.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melakukan Digitalisasi Pemasaran dalam memulihkan eksistensi UMKM Busana Adat Bali akibat Dampak Covid-19 di Desa Abiansemal Dauh Yeh Cani, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung terlaksana dengan baik. Semua kegiatan telah terlaksana 100% dengan tingkat partisipasi mitra yang tinggi. Pemahaman mitra tentang cara membuat media pemasaran secara digital semakin baik. Kemasan produk mitra juga semakin memiliki daya tarik konsumen. Dari kegiatan ini hendaknya mitra selalu mencari terobosan terkait pemasaran dan memperluas jaringan penjualan sehingga tetap mampu bertahan dalam kondisi apapun.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI) (2020). Survey dampak Covid-19 terhadap UMKM.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makasar: Celebes Media Perkasa
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Manova (Jurnal Manajemen dan Inovasi)*, 2 (2).
- Peraturan Gubernur Bali nomor 79 tahun 2018 tentang hari Penggunaan Busana Adat Bali
- Prokes Kementerian Kesehatan RI. (2021). *Informasi Tentang Virus Corona*. Indonesia
- Saifuddin, M. (2013). Pengaruh Jenis Endorser dan Brand Name terhadap Sikap atas Iklan, Sikap Atas Merk dan Niat Pembelian pada Produk High dan Low Involvement. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga (JEBA)*, 23 (3)