

TRANSFORMASI DIGITAL UNTUK PENGEMBANGKAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA PADANGSAMBIAN PADA MASA PANDEMI COVID 19

Ni Putu Hanny Handayani¹⁾, Ni Putu Shinta Dewi²⁾, Ni Luh Putu Widhiastuti³⁾

^{1, 2, 3)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: shintadewi@unmas.ac.id

ABSTRAK

COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis corona virus yang berbahaya dan menyerang sistem pernafasan. Virus ini awalnya muncul di kota Wuhan, Tiongkok pada bulan Desember 2019. Virus ini mulai muncul di negara Indonesia pada bulan Maret 2020 dan jumlah orang yang terpapar Covid-19 terus bertambah setiap harinya sampai saat ini sehingga berdampak pada jalannya perekonomian negara yang berimplikasi juga pada kondisi ekonomi masyarakat, salah satunya berdampak pada pelaku UMKM Dharma yang berlokasi di Desa Padangsambian yang mengalami penurunan penjualan di masa pandemi ini.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka ditawarkan solusi dengan memberikan edukasi dalam mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah/UMKM Dharma di desa Padangsambian pada masa pandemi Covid-19. Program kerja ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran untuk usaha mikro kecil dan menengah agar pendapatan penjualan dapat meningkat dengan baik ditengah masa pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam program kerja ini adalah dengan cara memberikan pendampingan dan pembimbingan dalam penerapan strategi pemasaran yang lebih efisien dan efektif melalui media sosial Instagram dan memberikan edukasi terkait pengemasan produk atau labeling di UMKM Dharma di desa Padang Sambian. Tujuan pengabdian ini adalah transformasi digital untuk memanfaatkan media sosial yaitu Instagram untuk memasarkan / mempromosikan produk agar dapat meningkatkan penjualan produk UMKM tersebut. Dengan adanya pengabdian ini diharapkan masyarakat dapat memahami dan bisa memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan product nya secara efektif.

Kata Kunci: Transformasi Digital, UMKM, Media Sosial, Covid 19

ANALISIS SITUASI

COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis corona virus yang berbahaya dan menyerang sistem pernafasan. Virus ini awalnya muncul di kota Wuhan, Tiongkok pada bulan Desember 2019. Virus ini mulai muncul di negara Indonesia pada bulan Maret 2020 dan jumlah orang yang terpapar Covid-19 terus bertambah setiap harinya sampai saat ini sehingga berdampak pada jalannya perekonomian negara yang berimplikasi juga pada kondisi ekonomi masyarakat. Dampak pada bidang ekonomi dari pandemi Covid-19 yaitu banyak masyarakat yang harus kehilangan pekerjaannya dan menjadi pengangguran yang mengakibatkan mereka tidak mempunyai penghasilan, selain itu masyarakat yang memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga merasakan dampak pandemi tersebut karena menurunnya omzet atau pendapatan penjualan dari tahun sebelumnya. Salah

satunya berdampak pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dharma yang berlokasi di Desa Padangsambian yang mengalami penurunan pendapatan penjualan dimasa pandemi ini. Lokasi yang dipilih untuk melaksanakan pengabdian adalah di Desa Padangsambian, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar. Sebagian besar mata pencaharian masyarakat Desa Padangsambian adalah sebagai pedagang pedagang kecil dan pegawai / karyawan. Di Desa Padangsambian banyak sekali pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terkena dampak dari pandemi Covid-19 ini, salah satunya seperti menurunnya nilai penjualan dan penurunan aktivitas jual beli karena adanya masalah ekonomi yang dialami masyarakat sekitar dan juga peraturan yang dianjurkan pemerintah seperti *social distancing* dan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PKM). Selain itu banyak masyarakat yang bekerja sebagai pegawai / karyawan mengalami dampak dari masa pandemi ini sehingga mereka harus kehilangan penghasilannya, karena hal tersebut banyak diantara mereka membangun usaha sederhana untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, namun usaha tersebut belum bisa berjalan dengan lancar karena produk yang mereka jual belum dikenal oleh masyarakat dan masih kurangnya pemahaman untuk memasarkan dan mempromosikan produk yang mereka jual secara efektif melalui media digital seperti sosial media instagram dan facebook (*marketplace*).

Relevansi program kegiatan yang dibuat sangat berkaitan dengan pelaku UMKM yang terkena dampak Covid-19 yang masih awam terhadap teknologi digital seperti media sosial Instagram untuk mempromosikan produknya dan program pengedukasian untuk mengembangkan ide baru dalam membuat labeling pada produk. Maka dengan adanya edukasi kepada masyarakat mengenai hal tersebut, masyarakat sangat diharapkan dapat memahami dan melaksanakannya dengan baik untuk mempromosikan produk nya melalui media sosial yang dimiliki dan juga produk tersebut akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat sekitar.

PERUMUSAN MASALAH

Dari hasil analisis situasi yang sudah dilakukan, maka dapat diuraikan permasalahan mitra yang dihadapi yaitu :

1. Menurunnya omzet / pendapatan penjualan produk pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) akibat pandemi covid-19.
2. Pelaku UMKM belum memiliki logo usaha dan label produk, sehingga Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) belum terlalu dikenal masyarakat.
3. Kurangnya pemahaman pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mempromosikan atau memasarkan produknya ke ruang lingkup yang lebih luas seperti menggunakan media digital atau sosial media instagram dan facebook dalam memasarkan produknya.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat dan hasil dari wawancara dengan pelaku UMKM di Desa Padangsambian. Adapun solusi yang dapat diberikan

yang akan dituangkan dalam bentuk program kerja sebagai berikut:

1. Membantu mengajarkan bagaimana cara membuat logo usaha dan label pada produk untuk kemasan yang menarik.
2. Memberikan edukasi tentang cara mempromosikan atau memasarkan produk melalui media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan yang digunakan pada pengabdian Transformasi Digital Untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Desa Padangsambian Pada Masa Pandemi Covid 19 yaitu memberikan persiapan (edukasi), pelaksanaan (pelatihan) serta evaluasi (pendampingan) kepada pelaku UMKM di Desa Padangsambian. Penjabaran metode pelaksanaan:

1. Metode Observasi

Metode Observasi adalah metode atau tahap awal dari pelaksanaan pengabdian masyarakat. Dimana pada tahap ini kami melakukan observasi dengan melakukan wawancara dan diskusi untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dharma saat di masa pandemi Covid-19. Dari hasil observasi dan wawancara di dapatkan permasalahan yaitu menurunnya omzet penjualan karena tidak bisa melakukan pemasaran secara langsung dan belum adanya label pada produk yang dijual oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dharma.

2. Metode Persiapan

Pada metode persiapan yaitu melakukan beberapa persiapan terlebih dahulu sebelum terjun langsung ke lapangan, seperti menyusun jadwal kegiatan dan program kerja yang bisa membantu permasalahan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dharma untuk pemasarannya, dan mempersiapkan label produk yang menarik yang nantinya akan digunakan sebagai label produk terbaru dari produk-produk yang akan dijual oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dharma.

3. Metode Pelaksanaan

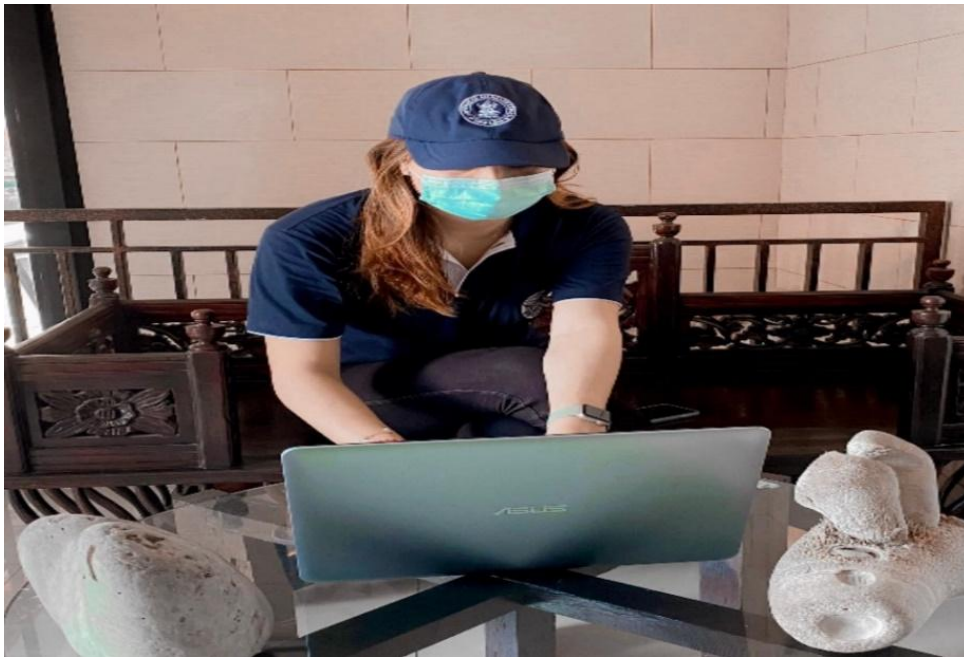
Pada metode pelaksanaan yaitu melaksanakan program-program kerja yang telah disusun sebelumnya yaitu melakukan edukasi mengenai penting dan keunggulan dari media sosial untuk melakukan pemasaran produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dharma, melakukan pemasangan label pada produk yang lebih menarik pada produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dharma., dan memberikan masker, sarung tangan dan handsanitizer kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dharma.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan strategi pemasaran produk usaha mikro kecil menengah melalui pemanfaatan media sosial di Desa Padangsambian dilaksanakan di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dharma telah dilaksanakan melalui persiapan, edukasi,

pelaksanaan (pelatihan) serta evaluasi (pendampingan). Pelaksanaan kegiatan pengabdian di UMKM Dharma tidak ditemui hambatan yang membuat kami kesulitan untuk menjalankan pengabdian ini. Adapun hasil dan luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Mengajarkan bagaimana cara membuat logo usaha dan label pada produk. Partisipasi para pelaku UMKM di Desa Padangsambian dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, terbukti dari tingginya antusiasme para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mempraktekkan cara membuat logo dan label produk dengan aplikasi *picsart* serta antusiasme para pelaku UMKM dalam memperhatikan dan mendengarkan edukasi mengenai pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan produk yang dibuat oleh pelaku UMKM dengan membuat akun instagram dan konten foto/video yang menarik bagi konsumen, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.



Gambar 1. Membantu untuk membuat akun sosial media Instagram



Gambar 2. membuat logo dan label produk dengan aplikasi *picsart*

2. Memberikan edukasi mengenai cara memasarkan atau mempromosikan produk melalui media sosial (instagram dan facebook).

Pembuatan akun instagram dan facebook digunakan untuk menunjang promosi produk UMKM Dharma agar lebih dikenal oleh masyarakat. Dengan adanya instagram dan facebook ini diharapkan pemesanan produk UMKM Dharma akan bertambah.

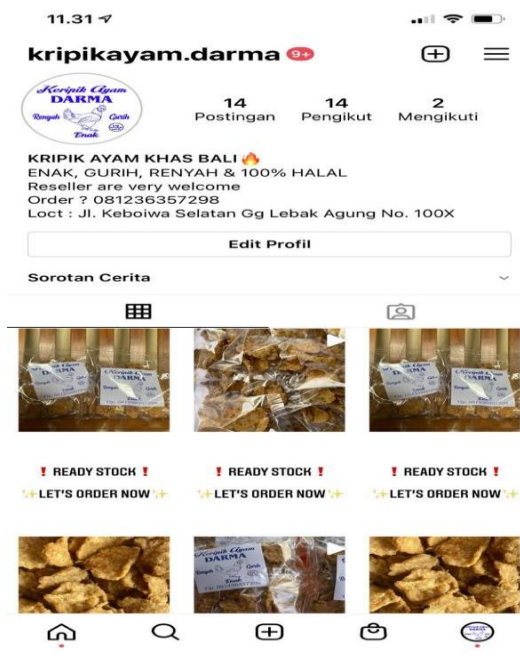


Gambar 2. Mengajarkan pemilik UMKM Dharma membuat logo usaha / label produk dan memberikan edukasi cara memasarkan produk melalui sosial media Instagram dan facebook (marketplace).

3. Memberikan sarung tangan dan *hand sanitizer* untuk pelaku UMKM dan Mempraktekkan kembali program kerja yang sudah terlaksana.



Gambar 3. Memberikan sarung tangan dan *hand sanitizer* kepada pelaku UMKM



Gambar 4. Akun dan konten foto & video di Instagram

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar di Desa Padangsembian, secara umum terlaksana dengan baik dan lancar. Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan program kerja yang sudah terlaksana adalah sebagai berikut: Program kerja mengajarkan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) cara membuat logo usaha dan label produk dengan menggunakan aplikasi *picsart*. Tujuan yang ingin dicapai yaitu agar pelaku UMKM memiliki logo dan label

produk sehingga Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dimiliki dapat dikenal oleh masyarakat lebih luas. Program kerja memberikan edukasi kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengenai cara pemasaran atau promosi produk dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook (marketplace). Tujuan yang ingin dicapai yaitu agar pelaku usaha mendapatkan edukasi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi produk yang efektif dan efisien serta mampu secara mandiri mengembangkan ekonomi kreatif sebagai langkah bertahan di tengah pandemi Covid-19. Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar telah terealisasi 100% di UMKM Dharma yang terletak di Desa Padangsambian, besar harapan kami agar setelah pengabdian ini kegiatan yang telah kami lakukan dapat terus dilakukan atau dipraktekkan oleh pelaku UMKM guna meningkatkan pengetahuan mengenai pemasaran melalui media digital dan dapat meningkatkan pendapatan di tengah pandemi covid-19 yang belum diketahui kapan akan berakhir.

DAFTAR PUSTAKA

- LPPM. 2020. *Buku Pedoman Kuliah Kerja Nyata Peduli Bencana Covid 19*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Marta R.F & William D.M. 2017. Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram Terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo. *Jurnal Komunikasi* 8 (1), 68-82, 2017 <https://media.neliti.com/media/publications/106950-ID-none.pdf>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. 2018. Strategi Pemasaran Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). Widya Cipta: *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278, 2018. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387>
- Sudiman, dkk. 2020. Sosialisasi Usaha Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Produktivitas Pasca Pandemi Virus Covid-19. Abdi Laksana: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Volume 1 Nomor 3, September 2020. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAL/article/download/6884/4525>
- Suryawardana Edy. 2020. Strategi Pemasaran UMKM Dalam situasi Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Pedurungan Kidul Kecamatan Pedurungan. Semarang: Pedurungan <https://repository.usm.ac.id/files/dedication/B027/20200928061232-STRATEGI-PEMASARAN-UMKM-DALAM-SITUASI-PANDEMI-COVID-19--DI-KELURAHAN-PEDURUNGAN-KIDUL-KECAMATAN-PEDURUNGAN-.pdf>
- Nikmah Farikah. 2017. Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Vol: 11, No: 1, ISSN 1978-726X <http://j-adbis.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/viewFile/19/12>