

PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM “BJ PANCING” DENGAN PERLUASAN PROMOSI AKIBAT PANDEMI COVID- 19 DI DESA ADAT TONJA

I Kadek Wirawan¹⁾, Ni Luh Gde Novitasari²⁾, Made Doni Permana Putra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
kadekwirawan2000@gmail.com, luhgdenovitasari@yahoo.com

ABSTRAK

Promosi adalah salah satu cara untuk menarik pelanggan untuk membeli barang atau item yang akan dijual oleh pelaku usaha, baik itu perseorangan, UMKM, ataupun usaha berskala besar. Promosi bisa dilakukan melalui media massa ataupun internet. Penetrasi internet dan ponsel pintar membuat Indonesia menjadi pangsa pasar digital yang sangat menjanjikan. Ini menjadi kesempatan emas bagi para pebisnis untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, sayangnya kesempatan ini tidak serta merta bisa dinikmati oleh semua pemilik bisnis, khususnya para UMKM yang belum memiliki literasi digital tinggi. Salah satunya adalah UMKM Bj Pancing. UMKM ini adalah UMKM yang terletak di Lingkungan Desa Adat Tonja. Pemasaran mempunyai peranan penting dalam meningkatkan produktivitas penjualan di UMKM Bj Pancing. Saat pandemic Covid-19 ini muncul, dari hasil pengamatan yang dilakukan menyatakan bahwa produktivitas penjualan di UMKM ini menurun. Melihat kondisi tersebut, Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar hadir untuk membantu UMKM melakukan digitalisasi, dengan cara memberikan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran yang lebih efisien dan efektif melalui media sosial facebook dan instagram serta memberikan masker terkait dengan bahaya dan pencegahan penyebaran Covid-19 di UMKM Bj Pancing.

Kata kunci : UMKM, pemasaran, promosi, efisien, pencegahan Covid-19

ANALISIS SITUASI

Bj Pancing adalah salah satu UMKM yang menyediakan peralatan dan aksesoris pancing. Toko pancing UMKM Bj Pancing berdiri pada tahun 2018 di Jl. Antasura No.26C, Denpasar Utara. Toko yang terletak ditengah kota ini, salah satu toko pancing yang besar serta memiliki persediaan barang yang cukup lengkap dan banyak. UMKM BJ Pancing menjual berbagai macam alat-alat pancing dengan berbagai jenis dan merk pancing yang beraneka ragam. Desa Adat Tonja yang merupakan sebuah desa yang dahulu merupakan bagian dari wilayah Kabupaten Badung yang masuk kecamatan Kesiman dan masih merupakan bagian dari kota administrasi Denpasar. Seiring dengan perkembangan penduduk, Kota Denpasar memisahkan diri dengan Kabupaten Badung, menjadi kota madya Denpasar dan Desa Tonja yang merupakan wilayah kota Denpasar masuk kecamatan Denpasar Timur, berkat perkembangan daerah dan pesatnya jumlah penduduk Denpasar,

selanjutnya terjadi pemekaran kecamatan dari tiga kecamatan menjadi empat kecamatan sedangkan Desa Tonja masuk Kecamatan Denpasar Utara.

Penduduk Desa Adat Tonja memiliki mata pencaharian yang beragam. Sebagian besar penduduk di Desa Adat Tonja menjadi wirausaha. Pada masa pandemi COVID-19 ini masyarakat tetap menjalankan aktivitas, masyarakat yang memiliki usaha seperti warung tetap melakukan aktivitasnya seperti biasa, dan hanya sedikit yang melakukan karantina di masa pandemic COVID-19 ini. Hanya murid-murid saja yang diliburkan, namun tetap melakukan pembelajaran daring. Di lihat dari pembahasan tersebut, maka dari itu saya tertarik untuk menanggulangi dampak social dan ekonomi akibat Covid-19.

PERUMUSAN MASALAH

Setelah melaksanakan kegiatan observasi, wawancara yang telah dilaksanakan, adapun masalah yang ditemukan pada BJ Pancing pada masa pandemi yang dapat diangkat menjadi sebuah program yaitu :

1. Turunnya omset penjualan dari UMKKN.
2. Lokasi yang tidak stratgis sehingga masyarakat tidak mengetahui UMKM tersebut.
3. Kurangnya kesadaran pembeli menggunakan masker pada saat memasuki UMKM.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dengan hasil obeservasi dan wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa kegiatan proses jual beli yang dilakukan sangat terbatas akibat wabah ini. Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat, solusi yang dapat saya tuangkan ke dalam program kerja antara lain:

1. Sosialisasi dan edukasi kepada pemilik UMKM pentingnya penggunaan media sosial karena omset penjualan menurun pada masa pandemic dan melakukan promosi di media sosial yang digunakan.
2. Pembuatan spanduk untuk mempermudah para pembeli mengetahui UMKM.
3. Pembagian masker untuk para pembeli dan pemilik UMKM.

Target Yang Akan Dihasilkan

1. Pengembangan teknologi ini dilakukan agar meningkatkan hasil penjualan dan mempermudah pemilik UMKM dalam memberikan informasi produknya.
2. Agar masyarakat dapat mengetahui titik lokasi dari alamat UMKM ini.
3. Meningkatkan kesadaran kepada pembeli bahwa memakai masker itu sangat penting agar tidak tertular virus corona.

METODE PELAKSANAAN

Dalam penerapannya, program kerja ini akan terbagi menjadi beberapa metode pelaksanaan program kerja mulai dari persiapan hingga evaluasi akhir dari berjalannya program kerja ini, yaitu:

1. Tahap observasi.

Pada tahap ini tim mencari informasi dan permasalahan UMKM “BJ Pancing” di Desa Adat Tonja, yaitu dengan cara terjun langsung ke lapangan dengan tujuan mendapatkan informasi tersebut secara langsung dengan masyarakat sasaran.

2. Tahap persiapan.

Pada tahap ini tim melakukan persiapan, seperti persiapan jadwal kegiatan sampai persiapan bahan atau media untuk belajar.

3. Tahap pelaksanaan.

Pada tahap ini tim menyampaikan sosialisasi mengenai peran media sosial dan teknologi di era new normal untuk meningkatkan penjualan di UMKM Bj Pancing.

Tabel 1
Metode Pelaksanaan

No	KEGIATAN	METODE
1	Sosialisasi dan Edukasi kepada pemilik UMKM pentingnya penggunaan media sosial pada masa pandemi.	Sosialisasi dan pendampingan secara langsung.
2	Melakukan Promosi di Media Sosial yang digunakan.	Pelatihan dan pendampingan secara langsung.
3	Pembuatan spanduk untuk mempermudah para pembeli mengetahui UMKM.	Pendampingan secara langsung.
4	Pembagian masker untuk para pembeli dan pemilik UMKM.	Sosialisasi dan pendampingan secara langsung.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil pengabdian yang dilakukan di Bj Pancing adalah sebagai berikut.

1. Sosialisasi dan edukasi media sosial

Sosialisasi dan Edukasi kepada pemilik UMKM pentingnya penggunaan media sosial pada masa pandemi. Sosialisasi yaitu dengan memberikan informasi bahwa

media sosial dapat menjadi sarana yang tepat sebagai media sosial yang dapat memperluas pangsa pasar. Hasil dari pengabdian adalah UMKM mampu memahami keuntungan dari pemasaran produk mereka dengan menggunakan social media dan mampu mengoperasikan media sosial yang digunakan untuk memperluas pangsa pasar.



Gambar 1. Sosialisasi dan Edukasi kepada pemilik UMKM

2. Promosi di Media Sosial

Setelah melakukan sosialisasi dan edukasi mengenai manfaat media sosial bagi promosi, maka langkah yang dilakukan selanjutnya adalah dengan melakukan promosi di media sosial. Media sosial yang dipilih adalah Facebook dan Instagram. Hasilnya UMKM mampu mengupload dan memasarkan produknya melalui media sosial dan menarik minat konsumen dan calon konsumen untuk membeli produknya.



Gambar 2. Melakukan promosi lewat sosial media Facebook

3. Pembuatan spanduk

Pembuatan spanduk dilakukan untuk mempermudah para pembeli mengetahui

UMKM serta produk yang dijual. Adanya pemasangan spanduk menyebabkan UMKM mampu meningkatkan jumlah pembeli dari informasi tempat yang lebih strategis.



Gambar 3. Membuatkan spanduk

4. Pembagian masker untuk pembeli dan UMKM

Pembagian masker untuk para konsumen sebagai rasa terimakasih kepada konsumen yang sudah membeli dan berkunjung sehingga dapat meningkatkan rasa loyal kepada BJ panjang. Selain itu pembagian masker untuk UMKM yang artinya UMKM mampu menerapkan protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah.



Gambar 5. Pembagian masker kepada pemilik UMKM



Gambar 5. Pembagian masker kepada pembeli UMKM

Kegiatan ini juga didukung oleh beberapa faktor diantaranya :

- a. Aplikasi Instagram, Facebook.
- b. UMKM “BJ Pancing” dapat terlihat lebih jelas dengan adanya spanduk di depan toko.

Selain itu, terdapat pula faktor penghambat dari kegiatan ini, yaitu :

- a) Lambatnya koneksi jaringan internet Media Sosial yang terkadang menjadi masalah tersendiri terhadap Pengusaha tersebut dalam mengaksesnya.
- b) Lambatnya proses pembuatan spanduk sehingga memperhambat proses kegiatan pengabdian masyarakat tersebut

Partisipasi Masyarakat

UMKN merasa terbantu dengan diadakannya program kerja ini karena dapat meningkatkan jangka pasar sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Partisipasi

UMKN berupa kontribusi berupa kuota internet, waktu, kerjasama, dan mengembangkan potensi yang ada. UMKN selanjutnya akan dibimbing secara penuh selama pelatihan dan pembinaan. Dari kegiatan ini diharapkan akan terjadi peningkatan kualitas dan kuantitas pembeli sehingga akan berpengaruh pada omset penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan penanggulangan dampak social dan ekonomi akibat pandemi covid-19 dengan program kerja pemanfaatan media social dan teknologi di era new normal dalam memperluas pangsa pasar ini sangat dibutuhkan oleh UMKN untuk mensejahterakan perekonomian mereka ditengah pandemi covid-19 ini. Program kerja ini dapat diterima baik oleh umkm sasaran, mengingat sepinya penjualan mereka ditengah pandemi ini. Program kerja yang saya laksanakan dapat berjalan dengan baik dan sesuai rencana.

Diharapkan pengusaha UMKM “BJ Pancing” di Desa Adat Tonja tetap selalu melakukan promosi di media sosial agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Untuk selanjutnya, diharapkan pengusaha terus mengembangkan ide ide untuk promosi di media sosial agar terus menambah omset dari pengrajin tersebut di masa pandemi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam. Yogyakarta: BPFE.
- Priambada, Swasta. 2015. Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM). Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia, 2-3 November 2015. Pp. 41-46.
- <https://www.alodokter.com/virus-corona>
- Kementerian PUPR RI. (2020). Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) sebagai Upaya Mencegah Penyebaran COVID-19. Available at: <http://plpbm.pu.go.id/v2/posts/Perilaku-Hidup-Bersih-dan-SehatPHBS-sebagai-Upaya-Mencegah-Penyebaran-COVID-19> (Accessed on 12 Agustus 2020).