

## **PENINGKATAN KETERAMPILAN PEMILIK UMKM MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI DIGITAL MARKETING DI BANJAR UBUD KELOD, KELURAHAN UBUD, KECAMATAN UBUD, GIANYAR**

**I Nyoman Adi Susrawan<sup>1</sup>, I Wayan Gde Wiryawan<sup>2</sup>  
Kadek Ari Permata Sari<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mahasaraswati Denpasar, <sup>2</sup>Fakultas Hukum Universitas Mahasarawati Denpasar, <sup>3</sup>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mahasaraswati Denpasar

*Email: [adisusrawan1988@gmail.com](mailto:adisusrawan1988@gmail.com), [gdewiryawan1976@gmail.com](mailto:gdewiryawan1976@gmail.com)*

### **ABSTRAK**

Ubud merupakan destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan, baik lokal maupun internasional. Mayoritas masyarakat di Ubud bergerak dalam bidang pariwisata dan UMKM. Penghasilan masyarakat di Ubud pun tergolong cukup tinggi. Namun, keadaan tersebut berbanding terbalik pasca pandemi Covid-19. Sebagian besar pelaku pariwisata dan pemilik UMKM harus gulung tikar dan berpikir keras untuk mencari strategi efektif dalam mempromosikan barang dan jasanya agar laku dipasaran. Hal ini dialami oleh pemilik UMKM (Ibu Agung dan Bapak Edi). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kondisi UMKM Ibu Agung dan Bapak Edi cukup memprihatinkan. Kedua pemilik UMKM ini harus rela menjajakan barang dan jasanya dengan cara keliling mengendarai sepeda motor. Hal ini tentu menjadi masalah yang harus dicarikan alternatif solusi guna memecahkan masalah yang dihadapi oleh pemilik UMKM. Adapun upaya yang dapat dilakukan dalam memecahkan permasalahan tersebut adalah dengan memberikan pemahaman (edukasi) dan pelatihan keterampilan promosi digital marketing. Secara umum kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PkM) berjalan dengan baik lancar sesuai dengan tujuan. Dengan adanya program ini pemilik UMKM di lingkungan Desa Ubud senang dan merasa terbantu karena pemberian pemahaman mengenai perluasan promosi/pemasaran produk yang efektif, serta pelatihan untuk meningkatkan penghasilan dari pemilik UMKM dapat terpenuhi. Berjalannya kegiatan ini karena adanya faktor pendukung seperti para Lurah Ubud beserta staf, Babinsa Ubud dan Kelian Dinas Banjar yang ikut serta membantu dalam memberikan informasi dalam pendataan UMKM yang ada di Desa Ubud serta keterlibatan secara aktif dalam pendampingan pemberian pemahaman kepada pemilik UMKM di Desa Ubud. Partisipasi secara aktif juga ditunjukkan oleh pemilik UMKM yang aktif mengikuti kegiatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pelaksanaan kegiatan

**Kata kunci** : : Media Promosi Digital Marketing dan UMKM

### **ANALISIS SITUASI**

Kelurahan Ubud merupakan salah satu Kelurahan yang berada di Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. Kelurahan Ubud memiliki 6 Desa Adat dan 13. Sebagian besar wilayah Kelurahan Ubud dipenuhi dengan tempat pariwisata, hotel-hotel, kafe, restoran, Monkey Forest, Puri Saren Agung, tempat-tempat usaha

perdagangan, dan industri pariwisata. Hal ini mengindikasikan mayoritas masyarakat di Ubud bergerak dalam bidang pariwisata dan UMKM. Penghasilan masyarakat di Ubud pun tergolong cukup tinggi. Namun, keadaan tersebut berbanding terbalik pasca pandemi Covid-19. Sebagian besar pelaku pariwisata dan pemilik UMKM harus gulung tikar dan berpikir keras untuk

mencari strategi efektif dalam mempromosikan barang dan jasanya agar laku dipasaran. Hal ini dialami oleh pemilik UMKM (Ibu Agung dan Bapak Edi).

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di lapangan pada tanggal 7 Agustus 2020 dengan Ibu Agung dan Bapak Edi selaku pemilik UMKM, dapat diketahui bahwa selama masa pandemi Covid-19 ini omzet penjualan menjadi berkurang. Ibu Agung selaku pedagang Souvenir di Pasar Seni Ubud, mengatakan bahwa semenjak awal bulan Maret terjadi penurunan omset dagang yang mengakibatkan dagangannya tidak laku. Di samping itu, dagangan yang telah tersimpan di dalam dus dan keranjang kebanyakan telah jamur sehingga beliau mengalami kerugian. Hal senada disampaikan oleh Bapak Edi selaku pengusaha penginapan dan souvenir yang terbilang maju dalam pengelolaan bisnisnya juga mengalami penurunan jumlah pemasukan sejak awal bulan April karena semua wisatawan manca negara termasuk tamu bulanan beliau diharuskan kembali ke Negara masing-masing guna memutuskan rantai covid-19. Tak jarang kedua pemilik UMKM ini bahkan harus rela menjajakan produk mereka keliling disekitaran Ubud dengan menggunakan sepeda motor dan berjalan kaki untuk mempromosikan barang dan jasanya.

Melihat kondisi tersebut tim Pengabdian pada Masyarakat merasa terpanggil untuk memberikan solusi guna memecahkan persoalan yang dihadapi oleh pemilik UMKM. Adapun solusi yang diberikan guna memecahkan permasalahan tersebut adalah dengan memberikan pemahaman (edukasi) dan pelatihan terkait

strategi efektif dalam mempromosikan barang dan jasanya di tengah pandemi Covid-19 dengan memanfaatkan media digital.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan analisis situasi tersebut maka permasalahan yang akan dipecahkan dalam PkM ini adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan masyarakat (Bapak Edi dan Ibu Agung) dalam mempromosikan penginapan dan souvenir dimasa pandemi Covid-19.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Ibu Agung dan Bapak Edi selaku pemilik penginapan dan penjual souvenir yang mengalami penurunan perekonomian secara drastis sehingga mengharuskan mereka berdiri disamping jalan dan menjajakan keliling barang dan jasa mereka. Adapun solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Memberikan Pemahaman (Edukasi) kepada masyarakat (Ibu Agung dan Pak Edi) dalam mengaplikasikan media online sebagai salah satu strategi dalam menawarkan barang dan jasanya di tengah Pandemi Covid-19.
2. Pelatihan dan Pendampingan kepada Ibu Agung dan Pak Edi dalam membuat dan mengaplikasikan media online, seperti *Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram* dalam mempromosikan barang dan jasa dimasa Covid-19.

### **METODE PELAKSANAAN**

Adapun metode yang digunakan dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra PkM adalah sebagai berikut:

### 1. Penyuluhan (Edukasi)

Pada tahap ini tim pelaksana PkM menawarkan berbagai media online yang bisa dimanfaatkan sebagai salah satu media promosi sebagai media Promosi Digital Marketing.

### 2. Pelatihan

Kegiatan pelatihan lebih banyak difokuskan pada pengaplikasian media online dalam mempromosikan barang dan jasa dimasa Covid-19.

### 3. Simulasi

Pada tahap ini tim pelaksana PkM bersama-sama mitra mempraktikkan cara memasarkan produk dan jasanya melalui media online yang telah dibuat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PkM) telah berjalan dengan baik lancar sesuai dengan tujuan. Berikut ini dijabarkan hasil dari pelaksanaan PkM.

### 1. Penyuluhan (Edukasi)

Kegiatan Penyuluhan (Edukasi) Pemilihan Media Online sebagai media Promosi Digital Marketing dilaksanakan pada Rabu, 26 Agustus 2020 bertempat di Warsi Bungalow dan Pasar Seni Ubud.



Gambar 1. Kegiatan penyuluhan (edukasi) pemilihan media online sebagai media promosi digital marketing

Kegiatan ini diawali dengan pemberian pemahaman kepada mitra terkait media online yang dengan trending saat ini dan

dapat digunakan sebagai saah satu media dalam memasarkan produk di tengah pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil penyuluhan (edukasi), mitra PkM memilih *Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram* hal ini dikarenakan ketiga media online tersebut mudah diaplikasikan.

### 2. Pelatihan

Kegiatan pelatihan ini dilakukan sehari setelah diberikan penyuluhan (edukasi),



Gambar. 2 Pelatihan cara pengoperasian media online (*Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram*) serta cara pengambilan gambar/produk yang akan dipasarkan melalui media online

yaitu pada Kamis, 27 Agustus 2020 bertempat Warsi Bungalow. Kegiatan pelatihan ini lebih banyak difokuskan pada cara pengoperasian media online (*Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram*) serta cara pengambilan gambar/produk yang akan dipasarkan melalui media online.

### 3. Pendampingan

Pada tahap ini tim pelaksana PkM mendampingi mitra PkM untuk bersama-sama mempraktikkan cara memasarkan produk dan jasanya melalui media online yang telah dibuat.

Melalui kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat membantu dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik UMKM. Dengan adanya program ini pemilik UMKM di lingkungan Desa Ubud senang dan merasa terbantu

karena pemberian pemahaman mengenai perluasan promosi/pemasaran produk yang efektif, serta pelatihan untuk meningkatkan penghasilan dari pemilik UMKM dapat terpenuhi. Berjalannya kegiatan ini karena



Gambar.3 Hasil pelatihan dan pendampingan media online sebagai media promosi digital marketing

adanya faktor pendukung seperti para Lurah Ubud beserta staf, Babinsa Ubud dan Kelian Dinas Banjar yang ikut serta membantu dalam memberikan informasi dalam pendataan UMKM yang ada di Desa Ubud serta keterlibatan secara aktif dalam pendampingan pemberian pemahaman kepada pemilik UMKM di Desa Ubud. Partisipasi secara aktif juga ditunjukkan oleh pemilik UMKM yang aktif mengikuti kegiatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pelaksanaan kegiatan.

Faktor yang terpenting untuk mewujudkan kemajuan dan perubahan yang terjadi dimasyarakat adalah partisipasi masyarakat. Tanpa adanya peran masyarakat disini sebagai mitra dalam kegiatan PkM, PkM ini tidak dapat berjalan dengan baik. Terlaksananya kegiatan ini tidak lepas dari peran masyarakat di desa Ubud. Partisipasi dari masyarakat Desa Ubud mulai dari Lurah, para kelian dinas, terlebih lagi para pemilik UMKM sangat mendukung adanya

program kerja dari tim PkM. Hal ini dikarenakan program yang dilaksanakan oleh tim PkM memberikan kontribusi yang baik terutama bagi pemilik UMKM dalam upaya mengembangkan produk yang dihasilkan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Adapun hal-hal yang dapat disimpulkan dalam pelaksanaan PkM Ini adalah sebagai berikut.

1. Terjadi peningkatan pemahaman dalam manajemen pemasaran;
2. Terjadinya peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam membuat promosi melalui media sosial;
3. Para pemilik UMKM sekarang sudah tidak mengalami kesulitan lagi dalam menjajakan jualan sejak diberikannya pelatihan dan pemahaman terkait promosi digital marketing.

Para pemilik UMKM saat ini sudah memasarkan produk yang dihasilkan melalui media sosial. Pemilik UMK saat ini juga sudah bisa mengaplikasikan media social sebagai sarana penjualan melalui digital marketing di Desa Ubud.

### **Saran**

Adapun hal-hal yang dapat disarankan dari hasil pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat ini adalah sebagai berikut.

1. Dinas UMKM Kabupaten Gianyar untuk lebih proaktif dalam memberikan pendampingan kepada para pemilik UMKM, sehingga baik dari segi kualitas dan kuantitas mengalami peningkatan;
2. Diperlukan adanya monitoring dan evaluasi serta pendampingan dalam memberikan pemahaman dalam

manajemen pemasaran, pembukuan  
dan desain kemasan produk.

**DAFTAR PUSTAKA**

LPPM Unmas. 2020. *Pedoman  
Pengabdian kepada  
Masyarakat Universitas  
Mahasaraswati Denpasar*”