

OPTIMALISASI MASYARAKAT DESA TEGAL HARUM DALAM MELAKUKAN GERAKAN PRODUKTIF DI TENGAH PANDEMI COVID-19

Kadek Wisnu Wardana¹, I Made Tamba², Ida Ayu Made Wedasuwari³,

¹Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mahasaraswati Denpasar

²Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email : itamba17@unmas.ac.id, dayuweda@unmas.ac.id

ABSTRAK

Penyebaran wabah Covid-19 yang begitu cepat di Indonesia tentunya memberikan pengaruh yang besar bagi ekonomi Indonesia. Di masa pandemi Covid 19 ini banyak perusahaan yang melakukan tindakan PHK terhadap karyawan. Hal ini mengakibatkan masyarakat menjadi bingung untuk mendapatkan dana tambahan untuk mencukupi kebutuhan, dan banyak masyarakat yang mulai beralih profesi membuka usaha bisnis online atau berdagang secara langsung. Pelaksana mengusulkan dalam mengatasi masalah yang dialami masyarakat sekitar adalah dengan cara memberikan edukasi dalam menjalankan usaha sampingan. Dimana pelaksana akan mensosialisasikan tentang tata cara pembuatan hand sanitizer yang baik serta bisa membuatnya sendiri dan kemudian akan dipasarkan untuk mendapatkan uang tambahan dari usahanya tersebut. Pelaksana akan berperan dalam penyebaran informasi tersebut serta membantu dalam mengajarkan sistem pemasaran melalui media online. Maka dari itu penyuluhan pemasaran produk secara online dirasa sangat membantu masyarakat. Ini adalah cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk yang dipromosikan melalui teknologi terkini.

Kata kunci: Promosi, Hand Sanitizer, Instagram Bisnis.

ANALISIS SITUASI

Virus COVID-19 ini tidak hanya menyerang manusia tetapi juga menyerang sektor perekonomian di dunia, tak terkecuali Indonesia, dengan segala permasalahan yang timbul akibat efek berantai yang diakibatkannya. Penyebaran wabah COVID-19 yang begitu cepat di Indonesia tentunya memberikan pengaruh yang besar bagi ekonomi Indonesia. Himbauan *physical distancing*, bekerja, belajar dan beribadah di rumah, hingga pelarangan kegiatan yang menimbulkan kerumunan tentunya membuat roda ekonomi nyaris terhenti. Dimasa pandemi Covid-19 ini banyak perusahaan

yang mengalami kerugian akibat virus Corona ini. Sehingga banyak perusahaan yang melakukan tindakan PHK atau merumahkan karyawannya. Setiap harinya jumlah kasus ini terus bertambah dan akan terus berlangsung selama pandemi Covid-19 ini. Tidak terkecuali masyarakat daerah sekitaran lingkungan pelaksana tinggal yaitu daerah Desa Tegal Harum yang terdampak PHK atau dirumahkan. Pandemi Covid-19 memaksa kita semua untuk bisa bertahan dari segala macam cobaan, salah satunya ekonomi. Oleh karena itu, memiliki penghasilan tambahan sangat diinginkan banyak orang yaitu dengan cara berjualan

atau berdagang. Namun, yang menjadi kendala utama dalam masyarakat adalah minimnya modal atau dana dalam memulai usaha, memulainya dari mana, menjual produk apa, serta bagaimana cara untuk memasarkan produknya. Inilah yang menjadi permasalahan yang dialami masyarakat sekitar lingkungan Desa Tegal Harum. Untuk meningkatkan program penjualan bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti memberi diskon kepada pelanggan, adalah dengan promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Menurut Nickels dalam Swastha & Irawan (2008:349), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Menurut Tjiptono (2002:219), mengemukakan pengertian promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Ada banyak sekali jenis dan cara orang melakukan promosi, beda produk atau jasa beda pula cara dan media promosinya. Berikut ini adalah jenis-jenis promosi yang biasa kita lihat seperti dikutip dari Wikipedia yaitu, promosi secara fisik, promosi dapat diadakan di lingkungan fisik yang biasanya dilakukan pada acara-acara

tertentu atau event-event khusus yang diadakan di suatu tempat seperti pameran, bazar, festival, konser, dan sebagainya. Biasanya para penjual membuka semacam stand atau booth untuk menampilkan dan menawarkan produk atau jasanya.

Jenis promosi melalui media sosial mencakup media internet dan sosial media atau jejaring sosial. Ini adalah cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang dipromosikan melalui teknologi terkini seperti ponsel atau laptop. Banyak para pengusaha yang sudah beralih menggunakan media digital sebagai strategi promosi mereka karena memang media digital saat ini merupakan cara paling efektif untuk menjangkau konsumen mereka setiap hari. Lebih dari setengah penduduk menggunakan internet di seluruh dunia. Kelebihan promosi menggunakan media digital adalah dapat menjangkau orang secara sangat luas dengan waktu dan biaya yang efisien. Dari beberapa jenis promosi di atas, promosi melalui media digital adalah yang paling banyak dilakukan saat ini, karena faktor efisiensi biaya dan penyebarannya yang luas dan relatif lebih cepat.

Dalam melakukan promosi melalui media digital, masyarakat khususnya di Indonesia menggunakan media berupa handphone. 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 masyarakat yang belum memiliki literasi digital tinggi. Salah

satunya di Desa Tegal Harum, mereka belum paham bagaimana konsep marketplace bekerja, pemasaran melalui layanan online dan lainnya. Melihat kondisi tersebut, pengabdian kepada masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar hadir membawa misi untuk membantu masyarakat melakukan perubahan cara pemasaran. Caranya yakni dengan melibatkan masyarakat berkontribusi langsung dengan menggunakan aplikasi Instagram Bisnis.

Instagram bisnis mempromosikan bisnis secara online, sekarang bisa jauh lebih efektif dengan menggunakan aplikasi ini. Sebagai salah satu marketing platform yang banyak digemari, Instagram Bisnis menawarkan berbagai fitur khusus yang tidak ditemukan pada akun personal. Dengan Instagram Bisnis, mitra dapat mudah melakukan branding dan menjangkau audiens secara luas dan bisa menjadi platform pendukung untuk meningkatkan traffic dan leads.



Gambar 1. Tampilan Aplikasi Instagram Business

PERUMUSAN MASALAH

1. Pengenalan Aplikasi Instagram business kepada masyarakat untuk memudahkan

mitra dalam memasarkan produknya lewat media.online

2. Pelibatan masyarakat dalam penggunaan aplikasi Instagram Business.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Mengenalkan Instagram Business kepada masyarakat Desa Tegal Harum untuk menambah wawasan ilmu membuat hand sanitizer guna dipasarkan dan dijual lewat media sosial.
2. Melibatkan masyarakat dalam penggunaan aplikasi Instagram Business untuk mengetahui manfaat aplikasi tersebut dalam mempromosikan produk di media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini di lakukan dengan 3 tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan, evaluasi. Tahapan persiapan yaitu pada tahapan ini dilakukan observasi untuk mengetahui permasalahan yang dimiliki oleh mitra. Tahapan berikutnya yaitu tahapan pelaksanaan dimana pelaksana melakukan penyuluhan dan sosialisasi tentang aplikasi Instagram Business di Desa Tegal Harum. Ini dikarenakan beberapa dari masyarakat ada yang belum mengetahui bagaimana cara penggunaan media sosial itu sendiri. Tahap yang terakhir yaitu evaluasi penyuluhan pemasaran produk secara online dirasa sangat membantu masyarakat. Ini adalah cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang dipromosikan melalui teknologi terkini dan sistemnya yang bersifat fleksibel.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Tegal Harum mengunjungi salah satu masyarakat yang terkena dampak covid-19 ini. Melihat situasi dimana masyarakat tidak memahami bagaimana caranya menjual produk atau menawarkan barangnya di media sosial. Apalagi jika menggunakan sistem secara online dengan memanfaatkan media sosial. Kebanyakan mitra yang menjadi sasaran memiliki smartphone namun belum memahami menggunakan media sosial sebagai media berpromosi. Maka pelaksana tugas Pengabdian kepada masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar melakukan penyuluhan tentang aplikasi Instagram Business untuk memudahkan masyarakat tersebut dalam memasarkan produknya di media sosial untuk mendapatkan pelanggan.

Hasil yang di dapatkan dari penyuluhan tersebut yaitu masyarakat dapat mempromosikan produknya di Instagram Business dan masyarakat mengetahui informasi mengenai tata cara memasarkan produk di media sosial untuk meminimalisir penyebaran virus dan kontak langsung dengan pembeli.



Gambar 2. Pemberian hand sanitizer setelah simulasi pembuatan hand sanitizer

Masyarakat pun merasa tertarik dengan aplikasi tersebut, lalu setelah dijelaskan kelebihan aplikasi Instagram *Business* tersebut. Masyarakat lalu mengunduh aplikasi tersebut di *Google Playstore* dan setelah terpasang lalu masyarakat diajarkan cara mempromosikan barang dagangannya di aplikasi tersebut, seperti contohnya pada salah satu masyarakat yang ada di Desa Tegal Harum yang telah membuat akun Instagram *Business* untuk mendaftarkan usahanya di Aplikasi ini. Setelah dijelaskan cara membuat akun di aplikasi ini lalu masyarakat akan diajarkan memposting barang yang akan dijual seperti memposting hand sanitizer maupun hal yang berkaitan dengan itu. Setelah itu pelaku masyarakat memposting harga barang yang akan dijual di Instagram *Business*, setelah itu tim pelaksana mengajarkan cara memposting barang yang akan di jual. Hasilnya adalah masyarakat bisa mengaplikasikan aplikasi Instagram *Business* dengan baik biarpun masyarakat masih agak kebingungan dalam mengoperasikan aplikasi tersebut. Masyarakat Desa Tegal Harum hendaknya menggunakan aplikasi seperti Instagram *Business* untuk mempermudah pemasaran barang mereka guna mendapatkan pelanggan dari media sosial.



Gambar 3. Pelaksana Kegiatan Universitas Mahasaraswati sedang menjelaskan aplikasi Instagram Business kepada masyarakat di Desa Tegal Harum

KESIMPULAN DAN SARAN

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu barang, jasa kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Hasil yang di dapatkan dari penyuluhan tersebut

DAFTAR PUSTAKA

IdWebshost 2019 Mengenal lebih dalam fitur facebook marketplace <https://idwebhost.com/blog/facebook-marketplace/>(Diakses tanggal 11 September 2020).

Ningtyas2020.Memaksimalkan.Instagram.Bisnis.untuk.mendongkrak.penjualan.h <https://www.niagahoster.co.id/blog/instagram-bisnis/>(Diakses tanggal 11 September 2020).

Instagram 2019 Panduan untuk Memulai Instagram Business

yaitu masyarakat dapat mempromosikan produknya di Instagram Business dan masyarakat mengetahui informasi mengenai tata cara memasarkan produk di media sosial untuk meminimalisir penyebaran virus dan kontak langsung dengan pembeli.

Aplikasi Instagram Business ini menjadikan masyarakat bisa mengoperasikan aplikasi ini. Aplikasi ini di desain sedemikian rupa agar memudahkan penggunaannya untuk memposting maupun mengunggah produk yang ingin dijual layaknya toko online, setiap pengguna dapat mengunggah informasi mengenai produk yang ingin dijual. Setiap konten yang diunggah akan diverifikasi. Dengan adanya aplikasi ini, diharapkan masyarakat yang ada di Desa Tegal Harum bisa menggunakan aplikasi ini dengan mempromosikan barang dagangannya guna mendapatkan pelanggan dan bisa membeli kebutuhan sehari hari yang dapat menunjang keberlangsungan hidup setiap masyarakat yang berasal dari wilayah Desa Tegal Harum atau bahkan bisa dari seluruh wilayah di Indonesia.

https://business.instagram.com/getting-started?locale=id_ID(Diakses tanggal 12 September 2020).

Sulaeman, S., & Supriadi, S. (2020). *Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Desa Jelantik Dalam Menghadapi Pandemi Corona Virus Diseases-19 (Covid-19)*. Jurnal Pengabdian UNDIKMA, 1(1).

Kemendesa. (2020) *Protokol Relawan Desa Lawan COVID-19*. Jakarta:Kementerian Desa,

- Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- William G. Nickels, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas, Basu, Swastha DH., Irawan) Yogyakarta: Liberty Offset