

# UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA PELAKU UMKM LAKSMI NARAYAN KONVEKSI DENGAN STRATEGI MEDIA SOSIAL MARKETING DI MASA PANDEMI COVID-19

I Wayan Sukadana<sup>1)</sup>, Dewa Made Suryanta<sup>2)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: [wayansukadana234@unmas.ac.id](mailto:wayansukadana234@unmas.ac.id)

## ABSTRAK

Lokasi Observasi Berada di Desa Pejeng Kawan, Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar dengan permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM yaitu pendapatan menurun akibat Covid-19. Berdasarkan hasil observasi yang telah saya survei permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM adalah kesulitan dalam hal keuangan saat menghadapi pandemi ini disebabkan terjadinya penurunan pendapatan. Saya ingin membantu pelaku UMKM sasaran dengan cara mempromosikan usahanya agar lebih dikembangkan dalam hal promosi melalui media sosial agar jangkauannya lebih luas. Metode yang digunakan tahap komunikasi yaitu pada tahap ini kegiatan yang dilaksanakan adalah melakukan observasi secara *offline*/luring secara langsung dalam menggali permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM sasaran, tahap pelaksanaan yaitu memberikan edukasi terkait strategi media sosial marketing, membantu dalam pembuatan desain produk dengan memanfaatkan sisa kain, membantu dalam pembuatan desain kemasan yang menarik, dan mendaftarkan usahanya di aplikasi shopee, tahap penjualan yaitu pada tahap penjualan ini saya akan melakukan pelatihan baik secara *daring/offline* tentang bagaimana cara memasarkan serta menjual produk yang dibuat melalui media social Instagram maupun aplikasi shopee, tahap evaluasi yaitu pada tahap ini dilaksanakan setiap satu minggu sekali untuk mendiskusikan bagaimana jalannya pemahaman program yang diberikan dan kendala yang dialami selama pelaksanaan kegiatan berlangsung. Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan yaitu pelaku UMKM sasaran yang mendukung penuh kegiatan ini, pelaku UMKM sasaran sangat semangat dan berantusias dalam melaksanakan program kerja yang diberikan

**Kata Kunci:** Strategi Digital Marketing, Produk baru dari sisa kain, Covid-19.

## ANALISIS SITUASI

Lokasi observasi berada di Usaha UMKM Laksmi Narayan Konveksi, Desa Pejeng Kawan, Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar dengan permasalahan yang dialami

oleh pelaku UMKM yaitu pendapatan menurun akibat Covid-19. Berdasarkan Hasil Observasi yang telah saya survei permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM sasaran yaitu kesulitan dalam hal keuangan saat menghadapi

pandemi ini karena menurunnya penjualan. Akibat terjadinya penurunan jumlah penjualan tentunya bermasalah dalam keberlangsungan hidup dari usaha tersebut dan berakibat pada pemutusan hubungan kerja bagi beberapa karyawan. Oleh karena itu saya membantu pelaku UMKM sasaran dengan cara mempromosikan melalui media sosial Instagram dan aplikasi shopee agar jangkauannya lebih luas dan mengembangkan atau menciptakan produk baru dengan memanfaatkan sisa kain dengan kemasan yang menarik. Dengan cara seperti ini diharapkan pelaku UMKM sasaran mampu dalam meringankan kesulitan keuangan yang dialaminya dan usahanya dapat *survive* atau bangkit kembali.

#### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan observasi yang dilakukan, beberapa masalah yang ditemukan untuk diangkat menjadi sebuah program yaitu:

- 1) Turunya penjualan akibat Covid-19
- 2) Kurangnya pengetahuan mengenai strategi digital marketing seperti media sosial marketing
- 3) Pelaku UMKM sasaran kurang memanfaatkan limbah tak terpakai seperti sisa kain yang dapat dijadikan penghasilan tambahan
- 4) Kurangnya pengetahuan mengenai pentingnya desain kemasan untuk menarik perhatian konsumen

#### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat dan hasil dari observasi serta wawancara dengan pelaku

UMKM. Adapun solusi yang dapat diberikan akan dituangkan ke dalam satu program kerja dengan 4 spesifikasi kegiatan, dimana program kerja ini bersifat rintisan yaitu program yang belum pernah ada atau belum pernah dilakukan. Program kerja ini dapat memberikan manfaat untuk pelaku UMKM Laksmi Narayan Konveksi, Desa Pejeng Kawan, Gianyar. Kegiatan tersebut diantaranya sebagai berikut :

- 1) Memberikan Sosialisasi dan edukasi mengenai pemasaran produk melalui sosial media marketing serta membantu dalam pembuatan desain konten di instagram
- 2) Membantu dalam pembuatan desain produk seperti kipas, masker agar memiliki nilai jual tambahan
- 3) Memberikan edukasi mengenai pentingnya kemasan produk serta membantu dalam pembuatan desain kemasan
- 4) Membantu mendaftarkan usaha laksmi narayan konveksi di aplikasi Shopee

#### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan dari solusi yang sudah diberikan, akan dibahas pada bab ini, dalam penerapannya solusi ini akan terbagi menjadi beberapa tahapan program kerja mulai dari persiapan hingga evaluasi akhir dari berjalannya program kerja ini.

- 1) Tahap Komunikasi

Pada tahapan ini penulis melakukan observasi dan melakukan wawancara secara

langsung mengenai permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM sasaran yang kemudian dikaji sebagai bahan atau materi untuk memberikan solusi dalam pemecahan masalah yang dialami, serta melakukan kordinasi terkait program kerja dan pengenalan program kerja yang ditawarkan kepada pelaku UMKM sasaran.

- 2) Tahapan Pelaksanaan
  - a) Memberikan edukasi terkait strategi media sosial marketing seperti Instagram dan sekaligus membantu dalam pembuatan desain konten dengan memanfaatkan aplikasi Photoshop
  - b) Membantu membuat desain produk dengan memanfaatkan sisa kain
  - c) Membantu dalam pembuatan desain kemasan yang menarik dengan memanfaatkan aplikasi Photoshop
  - d) Mendaftarkan usaha di aplikasi Shopee
- 3) Tahap Penjualan.

Pada tahap penjualan penulis akan melakukan pelatihan dan membantu dalam proses penjualan baik melalui Instagram maupun aplikasi Shopee.
- 4) Tahap Evaluasi  
Pada tahap ini penulis akan mendiskusikan bagaimana jalannya pemahaman program yang diberikan dan kendala yang dialami selama pelaksanaan program, tahap ini dilakukan seminggu sekali.

## **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan peningkatan pendapatan pada pelaku UMKM Laksmi Narayan Konveksi dengan startegi sosial media marketing di masa pandemi Covid-19 di Desa Pejeng Kawan telah terlaksana dengan lancar dan berhasil ditingkatkan melalui promosi media sosial seperti Instagram dengan konten yang menarik dan dengan dibuatnya kemasan yang unik juga akan memberikan kesan menarik dibenak konsumen, selain itu memanfaatkan kain sisa juga penting dilakukan guna sebagai pendapatan tambahan serta mendaftarkan usaha di aplikasi shopee. Ketercapaian program kerja dapat dilihat dibawah ini :

1. Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Pelaku UMKM Laksmi Narayan Konveksi Dengan Strategi Sosial Media Marketing di Masa Pandemi Covid-19
  - a) Observasi dan wawancara kepada pelaku UMKM
  - b) Memberikan edukasi dan sosialisasi mengenai sosial media marketing dan membantu pembuatan desain konten Instagram
  - c) Membantu membuat desain produk seperti kipas dengan memanfaatkan sisa kain
  - d) Memberikan edukasi mengenai pentingnya kemasan produk dan membantu dalam pembuatan desain kemasan
  - e) Membantu mendaftarkan usaha di aplikasi Shopee



**Gambar 1.** Pembuatan desain produk dan konten Instagram



**Gambar 2.** Proses pembuatan produk kipas dari sisa kain



**Gambar 3.** Hasil produk kipas dan kemasan dari sisa kain



**Gambar 4.** Mendaftarkan usaha di aplikasi Shopee

## KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat KAPPC Universitas Mahasaraswati Denpasar di Desa Pejeng Kawan, Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar secara umum telah terlaksana dengan baik dan lancar. Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan program Upaya Meningkatkan Ekonomi Pada Pelaku UMKM Laksmi Narayan Konveksi Dengan Strategi Sosial Media Marketing di Masa Pandemi Covid-19 di Desa Pejeng Kawan yaitu pelaku UMKM sasaran telah berhasil memasarkan produknya di sosial media Instagram dan Shopee melalui pelatihan yang telah diberikan, selain itu pelaku UMKM dapat memanfaatkan sisa

kain menjadi barang siap jual yang dapat memberikan penghasilan tambahan serta mampu memahami cara penggunaan photoshop dalam pembuatan desain, baik desain konten, desain produk, maupun kemasan dengan semenarik mungkin, karena dengan adanya desain produk, konten dan kemasan yang menarik dapat menarik perhatian konsumen, hal ini juga merupakan sebuah strategi dalam bersaing di tengah pandemi Covid-19.

### **SARAN**

Program pengabdian masyarakat KAPPC Universitas Mahasaraswati Denpasar telah terealisasi 100 %. Diharapkan mitra UMKM sasaran untuk tetap melakukan promosi melalui media digital dengan konten promosi yang menarik, seiring berkembangnya waktu mitra UMKM sasaran diharapkan melakukan sebuah inovasi produk dengan melakukan reset pasar sehingga produk tidak monoton, selain itu diharapkan mampu mengikuti kemajuan teknologi agar pemasaran produk dapat terlaksana dengan maksimal.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Mustaniroh, S. A. (2015). Strengthening Technology, Performance And Competitiveness Of Apple Carang Mas "Arum Sari" In Batu City. *Journal of Innovation and Applied Technology*, 1(1), 60-66.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147-153.

- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384-388.