

PEMBERIAN EDUKASI SERTA PENYULUHAN TERKAIT *COVID-19* SECARA KLINIS DAN PEMANFAATAN MARKETING MEDIA DIGITAL PADA GAJA SILVER BALI

Daniel Manek¹, Ni Wayan Ogel Liani²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: manekdaniel@unmas.ac.id

ABSTRAK

COVID-19 (coronavirus disease 2019) adalah penyakit yang disebabkan oleh jenis coronavirus baru yaitu *Sars-CoV-2*, yang dilaporkan pertama kali di Wuhan Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019. Virus corona adalah virus yang menyerang sistem pernapasan manusia. Penyebaran virus ini begitu cepat yang menyebabkan banyak negara yang terjangkiti, dan salah satunya adalah negara Indonesia. Pandemi *Covid-19* ini memiliki dampak yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia. Dalam kondisi seperti ini diperlukan lebih mengoptimalkan protokol kesehatan serta pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran di masa pandemic *Covid-19*.

Perusahaan Gaja Silver Bali usaha yang dijalankan adalah usaha perhiasan yang dimiliki oleh Putu Asri Paramita. Perhiasan yang dipasarkan seperti gelang perak, anting perak, cincin perak dan *custom order*. Akibat adanya pandemi *Covid-19* dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) mengakibatkan omset penjualan menurun karena pembatasan jumlah pengunjung yang datang. Maka dari itu penjualan menurun karena kurangnya memanfaatkan pemasaran secara *online*. Karena hal inilah, diperlukannya pengedukasian mengenai pemanfaatan pemasaran secara *online* agar dapat memperbaiki omset penjualan selama pandemi.

Kata Kunci : Covid-19, Perhiasan, Pemasaran, Media Digital

ANALISIS SITUASI

COVID-19 (coronavirus disease 2019) adalah penyakit yang disebabkan oleh jenis coronavirus baru yaitu *Sars-CoV-2*, yang dilaporkan pertama kali di Wuhan Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019. Virus corona adalah virus yang menyerang sistem pernapasan manusia. Penyebaran virus ini begitu cepat yang menyebabkan banyak negara

yang terjangkiti, dan salah satunya adalah negara Indonesia. Saat ini penyebaran virus corona di Indonesia semakin meningkat dan angka kematiannya juga terus meningkat. Pandemi *Covid-19* ini memiliki dampak yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia. Saat ini masyarakat dituntut untuk mengurangi aktivitas di luar rumah yang mempengaruhi ekonomi para pedagang.

Dalam kondisi seperti ini diperlukan lebih mengoptimalkan protokol kesehatan serta pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran di masa pandemi *Covid-19*.

Perusahaan Gaja Silver Bali usaha yang dijalankan adalah usaha perhiasan yang dimiliki oleh Putu Asri Paramita. Perhiasan yang dipasarkan seperti gelang perak, anting perak, cincin perak dan *custom order*. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2014. Akibat adanya pandemi *Covid-19* dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) mengakibatkan omset penjualan menurun karena pembatasan jumlah pengunjung yang datang. Pemasaran mereka saat ini hanya memanfaatkan kunjungan secara langsung dari pelanggan atau konsumen ke toko secara langsung. Maka dari itu penjualan menurun karena kurangnya memanfaatkan pemasaran secara *online*. Karena hal inilah, diperlukannya pengedukasian mengenai pemanfaatan pemasaran secara *online* agar dapat memperbaiki omset penjualan selama pandemi.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan musyawarah dengan mitra, maka ditemukan beberapa permasalahan yang dimiliki mitra, antara lain :

1. Kurangnya pemahaman mengenai optimalisasi proses pada saat bekerja dan bertemu dengan konsumen.
2. Kurang pemahaman mengenai pemasaran produk menggunakan media digital.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dari permasalahan diatas, adapun solusi yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Memberikan edukasi serta penyuluhan secara klinis terkait *Covid-19*. Karena sangat penting memperhatikan protokol kesehatan saat bertemu dengan orang lain seperti memakai masker dengan benar.
2. Memberikan edukasi mengenai pemasaran produk menggunakan media sosial atau situs *online* seperti Instagram. Dimana saat ini hampir semua perusahaan menggunakan media sosial, terlebih di masa pandemi *Covid-19* kegiatan di luar rumah sangat dibatasi. Mitra akan diberikan edukasi mengenai cara penggunaan media digital dalam proses pemasaran produk.

METODE PELAKSANAAN

Langkah atau tahapan yang akan ditempuh dalam pelaksanaan program ini adalah sebagai berikut :

1. Persiapan

Pada tahap ini dilakukan persiapan untuk pengenalan aplikasi Instagram. Cara mengambil gambar produk yang akan dipasarkan. Berikutnya pengedukasian mengenai pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran. Dan memberikan penyuluhan kepada team produksi pentingnya protokol kesehatan, serta mempersiapkan masker untuk dibagikan kepada team produksi.

2. Pelaksanaan

Jika persiapan sudah selesai dipersiapkan, maka dilanjutkan dengan melakukan penyuluhan atau pengedukasian mengenai masalah yang sudah didapatkan pada saat observasi, kemudian melakukan program kerja seperti pembuatan akun media digital yang nantinya akan digunakan oleh mitra dan membantu mitra mengambil gambar atau foto produk untuk dipasarkan. Memberikan penyuluhan terkait pentingnya protokol kesehatan dan

membagikan masker secara gratis kepada team produksi.

3. Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan evaluasi dengan mendampingi mitra dalam penggunaan media digital dan mendampingi mitra saat memilih gambar produk yang akan di unggah dalam media digital untuk dipasarkan, serta edukasi protokol kesehatan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dari beberapa tahapan yang telah dilalui serta semangat team pemasaran dalam mengenal media digital untuk pemasaran produk terlihat terjadi peningkatan dalam penjualan. Dalam pemasaran produk melalui media digital yang digunakan yaitu aplikasi Instagram memasarkan produk perhiasan perak dimasa pandemi Covid-19 berhasil ditingkatkan. Karena dari pengambilan produk yang menarik dan detail gambar produk sangat jelas yang diunggah pada media digital membuat konsumen tertarik untuk membeli. Jadi terlihat berhasil perusahaan Gaja Silver Bali

meningkatkan kembali penjualannya melalui media digital.

Untuk mengukur ketercapaian target kegiatan maka dilakukan perbandingan jumlah penjualan sebelum dan sesudah dilaksanakan program ini. Adapun hasilnya yaitu penjualan perhiasan dengan menggunakan aplikasi Instagram terdapat peningkatan penjualan dibandingkan hanya mengandalkan kedatangan konsumen secara langsung ke toko.

Meskipun penjualan terjadi peningkatan saat dipasarkan melalui media digital aplikasi Instagram. Namun terdapat faktor penghambat yaitu saat menyempurnakan gambar produk menggunakan photoshop agar gambar yang diunggah pada media digital terlihat jelas dan jernih, karena tidak semua team pemasaran bisa menggunakan aplikasi tersebut. Faktor pendukung keberhasilan pemasaran melalui penggunaan aplikasi Onstagram yaitu dikarenakan mudah diakses dan jangkauan pemasaran yang lebih luas dan memudahkan komunikasi antara penjual dan pembeli. Dengan penggunaan aplikasi tersebut, pemasaran perhiasan

pada perusahaan gaja Silver Bali ini kedepannya akan semakin luas sekaligus membuka peluang untuk meningkatkan omset penjualan di tengah pandemi *Covid-19* ini.



Gambar 1. Kegiatan edukasi serta penyuluhan terkait Covid-19.

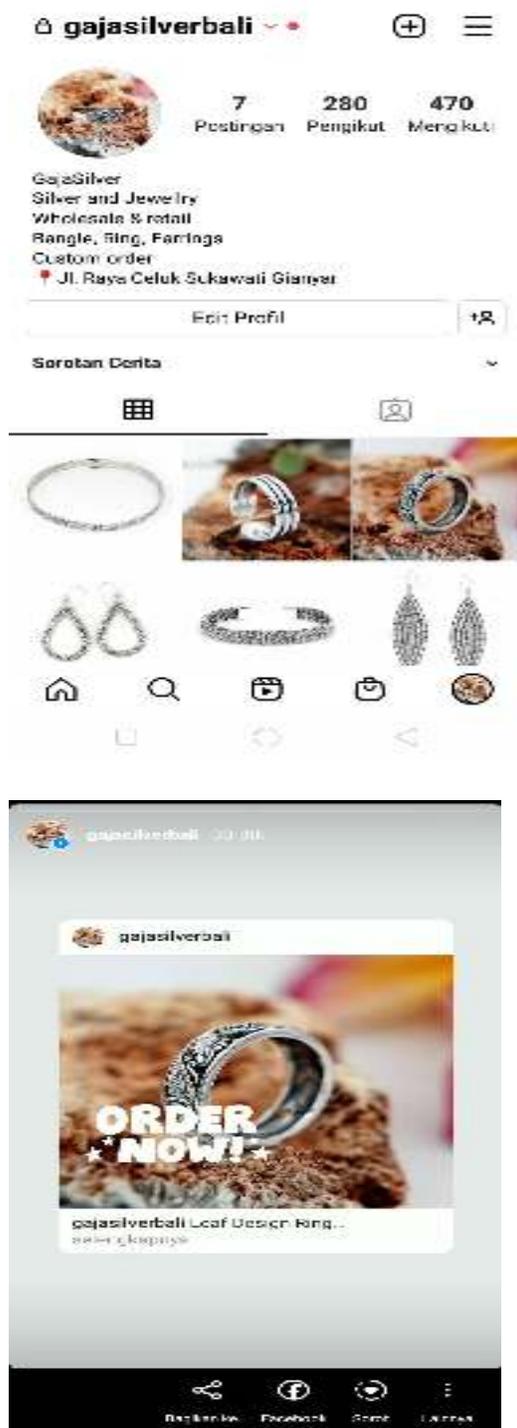


Gambar 2. Kegiatan membagikan masker kepada karyawan dan team produksi



Gambar 3. Kegiatan pengenalan media digital dan pembuatan akun media digital aplikasi Instagram

Gambar 4. Kegiatan pengambilan gambar produk dan penyempurnaan gambar yang akan diunggah pada aplikasi Instagram



Gambar 5. Pemasaran menggunakan media digital aplikasi Instagram

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar pada perusahaan Manufaktur dan *Jewelry* Gaja Silver Bali terlaksana dengan baik Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan edukasi serta penyuluhan terkait *Covid-19* secara klinis dan pemanfaatan marketing media digital dalam tujuannya membantu meningkatkan penjualan yang sebelumnya terhambat akibat dampak dari pandemi *Covid-19*. Pemasaran produk melalui aplikasi Instagram berhasil dilakukan dengan sangat baik karena kerjasama team yang sangat bagus. Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar sudah terlaksana dengan baik. Besar harapan agar setelah kegiatan yang telah kami laksanakan dapat terus dilaksanakan oleh Mitra guna meningkatkan omset dan penjualan produknya.

DAFTAR PUSTAKA

Buana, D. Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (*Covid-*

19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. (2020). Jurnal sosial dan budaya syari, 7(3),1-14. diakses pada 7 April 2022

LPPM. (2021). Buku Panduan Pengabdian Masyarakat Alternatif Peduli Pandemi *Covid-19* (KAPPC). Denpasar. diakses pada 14 Februari 2022

Smeru. “Ringkasan Eksekutif: Dampak Sosial Ekonomi Covid-19 terhadap Rumah Tangga dan Rekomendasi Kebijakan Strategis untuk Indonesia” <https://smeru.or.id/id/content/ringkasan-eksekutif-dampak-sosial-ekonomi-covid-19-terhadap-rumah-tangga-dan-rekomendasi> , diakses pada 7 April 2022

Warta Ekonomi.co.id. “Di Tengah Covid-19, Pemasaran Online dan Digital Branding Jadi Pilihan”, <https://www.wartaekonomi.co.id/read280988/di-tengah-covid-19-pemasaran-online-dan-digital-branding-jadi-pilihan>, diakses pada 7 April 2022