

MENINGKATKAN DAN MENOPTIMALKAN PENJUALAN PRODUK UMKM ES LILIN BALI MELALUI MEDIA DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19

Agus Wahyudi Salasa Gama^{1,*}, Ni Putu Tania Ariesta Putri²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: salasa.gama@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 memberi dampak pada ketidakstabilan ekonomi, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Secara umum, mayoritas dari pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat pandemi Covid-19. Pembatasan kegiatan sosial membuat UMKM sulit untuk bergerak mengembangkan skala usaha jika hanya memanfaatkan metode konvensional tersebut. Pelaku usaha telah melakukan berbagai cara merespon kondisi sulit ini untuk mempertahankan usahanya. Kurangnya mobilitas massa di sekitar pasar tentu menghambat laju promosi yang berpengaruh kepada tingkat penjualan. Es Lilin Bali merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap Es Lilin Bali karena membatasi para konsumen untuk membeli produk secara langsung. Permasalahan yang ditemui kurangnya pemahaman dalam meningkatkan skala penjualan melalui visual konten media sosial dan kurangnya pemahaman terkait penjualan serta pengiriman melalui platform e-commerce pengabdian untuk mencegah terjadinya kerumunan. Metode yang digunakan dalam Meningkatkan dan Mengoptimalkan Penjualan Produk UMKM Es Lilin Bali Melalui Media Digital di Masa Pandemi Covid-19 adalah dengan memberikan edukasi, pelatihan, dan pendampingan. Melalui kegiatan ini penjualan akan meningkat. Adapun faktor-faktor yang mendukung kegiatan ini, antusias pemimpin dan karyawan dalam melaksanakan kegiatan ini serta tersedianya fasilitas pendukung yang memadai dalam melaksanakan kegiatan ini.

Kata kunci: *Covid-19*, UMKM, Digital Media

ANALISIS SITUASI

Pandemi Covid-19 memberi dampak pada ketidakstabilan ekonomi, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Secara umum, mayoritas dari pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat pandemi Covid-19 (Sugiarti, Sari, & Hadiyat,

2020). Menghadapi hal demikian diperlukan strategi bagi UMKM untuk tetap bertahan dan dapat mengembangkan bisnisnya di tengah pandemi Covid-19. Aspek utama yang sangat berdampak bagi pelaku UMKM salah satunya adalah penurunan jumlah penjualan yang membuat kondisi keuangan UMKM

dalam kondisi krisis. Pembatasan kegiatan sosial membuat UMKM sulit untuk bergerak mengembangkan skala usaha jika hanya memanfaatkan metode konvensional tersebut. Pelaku usaha telah melakukan berbagai cara merespon kondisi sulit ini untuk mempertahankan usahanya. Kurangnya mobilitas massa di sekitar pasar tentu menghambat laju promosi yang berpengaruh kepada tingkat penjualan. Mengatasi hal tersebut, pemasaran secara online melalui media merupakan langkah tepat yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha (Suswanto & Setiawati, 2020; Gu, Han, & Wang, 2020). Es Lilin Bali merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap Es Lilin Bali karena membatasi para konsumen untuk membeli produk secara langsung. Adanya pandemi ini juga menyebabkan banyaknya peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah, seperti larangan untuk berkerumun dan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kondisi tersebut menyebabkan para mitra kesulitan dalam melayani konsumen yang biasanya berkumpul di lapak Es Lilin Bali.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang telah saya lakukan, permasalahan yang terjadi di UMKM Es Lilin yaitu :

1. Kurangnya pemahaman dalam meningkatkan skala penjualan

melalui visual konten media sosial.

2. Kurangnya pemahaman terkait penjualan dan pengiriman melalui platform e-commerce untuk mencegah terjadinya kerumunan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Solusi yang dibuat untuk memecahkan masalah terutama dalam upaya menekan project cost sehingga semua pengeluaran yang terjadi tidak melebihi budget yang ditentukan yaitu dengan cara:

1. Memberikan pemahaman dan mengimplementasikan social media marketing, online advertising, dan photo/video editing.
2. Memberikan pendampingan maupun pelatihan dalam hal penjualan, pengiriman digital/online dan cara branding produk para mitra ke pasar yang lebih luas seperti pada e-commerce Go-Food, Grab-Food, Shopee-Food.

METODE PELAKSANAAN

Metode awal yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Es Lilin Bali yaitu melakukan observasi tahap awal mengenai kondisi di Es Lilin Bali. Saat observasi peneliti mendapati bahwa Es Lilin Bali memiliki masalah terkait kurangnya mobilitas massa di sekitar pasar yang menyebabkan terhambatnya laju promosi yang berpengaruh kepada tingkat penjualan. Kemudian metode

yang digunakan untuk meningkatkan dan mengoptimalkan penjualan adalah dengan memberikan edukasi, pelatihan, dan pendampingan. Penjabaran metode pelaksanaan disajikan dalam table di bawah ini:

1. Memberikan pemahaman dan mengimplementasikan social media marketing dan Memberikan pendampingan maupun pelatihan dalam hal penjualan digital/online dan cara branding produk para mitra ke pasar yang lebih luas seperti pada e-commerce Go-Food, Grab-Food, Shopee-Food. project cost control.
2. Membangun strategi marketing yang bisa di lakukan pada sosial media dan e-commerce dalam meningkatkan penjualan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Meningkatkan dan mengoptimalkan penjualan produk UMKM Es Lilin Bali melalui digital marketing di masa pandemi Covid-19 telah berhasil disempurnakan dengan promosi melalui media sosial dan penjualan melalui platform online. Adapun realisasi pencapaian program kerja yaitu:

1. Penerapan sistem penjualan online untuk meminimalisir kerumunan dan memutus rantai penularan Covid-19, melalui promosi media sosial.
2. Penerapan e-commerce untuk penjualan digital/online dan cara branding produk ke pasar yang lebih luas.

Adapun hasil kegiatan yang berhasil dilakukan:



Gambar 1. Penerapan sistem penjualan online melalui promosi sosial media



Gambar 2. Penggunaan e-commerce untuk penjualan dan pengiriman digital/online.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pandemi Covid-19 telah membawa banyak perubahan pada semua sektor, terutama ekonomi, dimana mayoritas dari pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat pandemi Covid-19 lantaran keterbatasan mobilitas sosial. Peningkatan penjualan dapat dilakukan melalui promosi media sosial dan melebarkan pangsa pasar lewat e-commerce guna mencegah terjadinya kerumunan di

saat Covid-19. Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan maka dapat diberikan saran dan pendapat yang dapat dijadikan bahan pertimbangan kedepannya yaitu perbanyak pembelajaran melalui berbagai media digital dan dalam mengelola e-commerce perlu ditingkatkan. Dengan kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengaruh yang baik dalam menekan project cost pada masa pandemi Covid-19

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan maka dapat diberikan saran dan pendapat yang dapat dijadikan bahan pertimbangan kedepannya yaitu perbanyak pembelajaran melalui berbagai media digital dan dalam mengelola e-commerce perlu ditingkatkan. Dengan kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengaruh yang baik dalam menekan project cost pada masa pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Kompas.com. (2021). Aturan Lengkap Penerapan PPKM Level 4 untuk 7 Provinsi di Jawa-Bali. Diakses pada tanggal 18 Agustus 2021 pada <https://nasional.kompas.com/read/2021/08/03/09131631/aturan-lengkap-penerapan-ppkm-level-4-untuk-7-provinsi-di-jawa-bali?page=all>
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI PENGGUNAAN DAN

PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL. Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 108.
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>