

ADOPSI STRATEGI DIGITAL MARKETING GUNA MEMPERLUAS PANGSA PASAR UMKM RATIH PANGKONAN BALI DI MASA PANDEMI COVID-19

I Made Surya Prayoga^{1,*}, Ni Kadek Puspawati²

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

*Email: prayogamade@unmas.ac.id

ABSTRAK

Di masa pandemic covid -19 saat ini membawa dampak yang besar bagi perkembangan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).UMKM harus mencari strategi yang tepat agar tetap bertahan salah satu strategi di masa pandemi ialah digital marketing yang memungkinkan pelaku UMKM dapat memasarkan produk ratih pangkonan bali di amana ratih pangkonan bali memasarkan produk nya seperti membuat tumpeng ,penek ,pulung ,dan lain-lain ,dalam proses produksinya sangat dipengaruhi oleh banyak sedikitnya hari raya agama hindu pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan mitra produk hal ini menunjukkan bahwa dengan diadakannya pengabdian masyarakat dalam memasrkan produknya dengan strategi digital dapat memperluas produk dan dapat meningkatkan minat beli dalam online.

Kata kunci : Tumpeng upakara , UMKM, Protokol

ANALISIS SITUASI

Ratih Pangkonan Bali merupakan usaha berbasis kearifan lokal dimana *Tumpeng, penek, kepelan, pulung-pulung* atau *pangkonan* dalam *banten* berfungsi sebagai *suguhan* kepada Hyang Widhi. Masyarakat Hindu Bali sering melaksanakan upacara keagamaan pada hari raya dengan mempersiapkan *upakara* atau *banten*. Hampir semua *banten* yang digunakan dalam upacara keagamaan menggunakan *tumpeng, penek* atau *pangkonan* sehingga dapat dikatakan bahwa produk-produk ini merupakan salah satu bahan pokok dalam pembuatan *banten*. (I Nengah Soma, 2019).

Ratih Pangkonan Bali merupakan usaha dagang penjual pangkonan tumpeng dengan kualitas yang baik. Bertempat di Jalan Nakula No 92 Br. Gelogor, Desa Lodtunduh, Kec. Ubud, Kab. Gianyar, Bali. Dimasa pandemic Covid-19 ini, piodalan di suatu Pura Khayangan Tiga, Pura Banjar Mrajan/Sangghah, yang biasanya nyejer 3-4 rahina (hari), terpaksa disederhanakan jadi sehari. Piodalan yang biasanya tampak meriah dengan banyak sesaji atau banten serta dekorasi, kini jadi sederhana dan sunyi. Keadaan itu terpaksa dilakoni umat Hindu di Bali karena kepatuhan pada himbauan untuk social/physical distancing (menjaga jarak). Selain itu,

banyak masyarakat yang dirumahkan dari pekerjaan mereka, ketika masyarakat khususnya wanita berada dirumah mereka lebih memilih membuat penek sendiri. Hal – hal tersebut yang berdampak pada UMKM Ratih Pangkonan Bali, dimana membuat orderan/permintaan penek menjadi menurun dan membuat UMKM ini mengalami penurunan omset, karena penek menjadi salah satu bahan upakara utama. Namun permintaan produk akan meningkat bila dekat dengan rerainan besar atau ada permintaan reseller dalam jumlah banyak. Ratih Pangkonan Bali masih menggunakan pengenalan produk dan pemasaran melalui mulut ke mulut dan memberikan sampel serta kartu nama di warung-warung. Dimasa pandemi Covid 19 hal ini dirasa kurang efektif sehingga menjadikan sedikitnya permintaan dari *customer* dan *reseller* diluar Gianyar, belum memiliki peta online (*google maps*) dan beberapa masyarakat yang menjadi karyawan Ratih Pangkonan Bali belum memahami tentang pentingnya menerapkan protocol kesehatan. Agar usaha tetap bisa bertahan dan memperluas pangsa pasar di era pandemic ini perlu dilakukannya promosi menggunakan Digital Marketing.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang telah penulis laksanakan dengan pemilik Ratih Pangkonan Bali, diperoleh terdapatnya permasalahan yaitu :

1. Masih menggunakan pengenalan produk dan pemasaran melalui mulut ke mulut dan social media pribadi dan memberikan sampel serta kartu nama di warung-warung
2. Sedikitnya permintaan dari customer dan reseller diluar gianyar
3. Belum memiliki ciri khas yang mampu membedakan dengan pesaing
4. Protocol kesehatan yang dilakukan atau digunakan masih kurang maksimal

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dengan hasil observasi yang dilakukan, berdasarkan permasalahan yang ada yaitu promosi masih menggunakan pengenalan produk dari mulut ke mulut dan memberikan sampel serta kartu nama ke warung – warung dianggap kurang efektif di masa pandemic yang harusnya mengurangi mobilitas, hal itu juga membuat customer tidak dapat dijangkau secara luas, dan masih kurangnya pemahaman untuk menerapkan protocol kesehatan. maka solusi yang dapat diberikan antara lain :

1. Memberikan pemahaman dan pelatihan Digital Marketing, dan membantu dalam pembuatan akun promosi digital agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Memberikan pelatihan untuk mitra dalam pembuatan postingan yang menarik sehingga menimbulkan minat konsumen untuk tertarik dan membeli produk. Hal ini akan

membedakan dan membuat Ratih Pangkonan Bali berbeda dengan pesaing, karena usaha pangkonan merupakan usaha tradisional dengan kearifan local. Jadi jarang usaha pangkonan memiliki promosi di social media, hal itu juga membuat target pasar tidak hanya masyarakat desa yang membeli *pangkonan* di warung namun masyarakat kota yang masih membuat upakara atau banten bisa mengetahui Usaha Ratih Pangkonan Bali.

3. Mendampingi pembuatan produk dengan karyawan.
4. Memberi edukasi dan mengingatkan untuk selalu menerapkan protocol kesehatan ketika bekerja dalam situasi pandemic Covid-19 serta membagikan masker kepada karyawan Ratih Pangkonan Bali sebagai penunjang pelaksanaan protocol kesehatan.

METODE PELAKSANAAN

Dengan hasil observasi yang dilakukan, berdasarkan permasalahan yang ada yaitu promosi masih menggunakan pengenalan produk dari mulut ke mulut dan memberikan sampel serta kartu nama ke warung – warung dianggap kurang efektif di masa pandemic yang harusnya mengurangi mobilitas, hal itu juga membuat customer tidak dapat dijangkau secara luas, dan masih kurangnya pemahaman untuk menerapkan protocol kesehatan. maka solusi yang dapat diberikan antara lain :

1. Memberikan pemahaman dan pelatihan Digital Marketing, dan membantu dalam pembuatan akun promosi digital agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Memberikan pelatihan untuk mitra dalam pembuatan postingan yang menarik sehingga menimbulkan minat konsumen untuk tertarik dan membeli produk. Hal ini akan membedakan dan membuat Ratih Pangkonan Bali berbeda dengan pesaing, karena usaha pangkonan merupakan usaha tradisional dengan kearifan local. Jadi jarang usaha pangkonan memiliki promosi di social media, hal itu juga membuat target pasar tidak hanya masyarakat desa yang membeli *pangkonan* di warung namun masyarakat kota yang masih membuat upakara atau banten bisa mengetahui Usaha Ratih Pangkonan Bali.
3. Mendampingi pembuatan produk dengan karyawan.
4. Memberi edukasi dan mengingatkan untuk selalu menerapkan protocol kesehatan ketika bekerja dalam situasi pandemic Covid-19 serta membagikan masker kepada karyawan Ratih Pangkonan Bali sebagai penunjang pelaksanaan protocol kesehatan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Respon yang diberikan mitra yaitu Ibu Ni Kadek Ari Sagita,S.Pd beserta karyawan Ratih Pangkonan Bali sangat baik, dan menunjukkan

antusiasnya dalam setiap tahapan kegiatan yang dilaksanakan. Partisipasi mitra dalam menyediakan tempat untuk untuk melaksanakan program kerja, dan memberikan segala informasi yang dibutuhkan dalam menunjang kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan yang dilakukan sudah dan tetap mematuhi protocol kesehatan.

Selain itu antusiasme karyawan juga terlihat pada saat pembagian masker dan edukasi serta mengingatkan untuk selalu menerapkan protocol kesehatan dengan baik dan optimal. Karyawan Ratih Pangkonan Bali juga sangat baik dan memperbolehkan dalam pengambilan dokumentasi saat melakukan proses pembuatan pangkonan.



Gambar 1. Obervasi wawancara



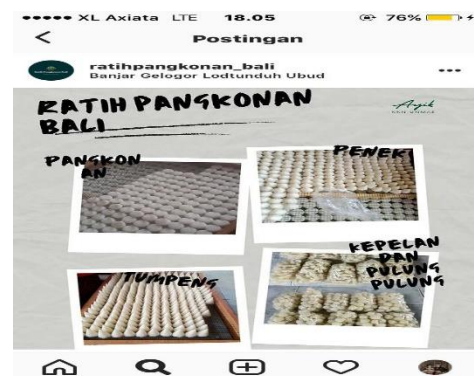
Gambar 2. Menerapkan protocol kesehatan dan membagikan masker



Gambar 3. Memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan social media



Gambar 4. Hasil pembuatan Instagram mitra



Gambar 5. Hasil pembuatan postingan mitra yang menarik



Gambar 6. Pemantauan dan Evaluasi Program Kerja yang sudah dilaksanakan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Terkait penjabaran diatas maka, dapat disimpulkan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat Mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar, dengan judul kegiatan “Memanfaatkan Digital Marketing Untuk Memperluas Pangsa Pasar Ukm Ratih Pangkonan Bali Di Masa Pandemi Covid-19” dengan spesifikasi kegiatan yaitu :

1. Memberikan pemahaman dan pelatihan Digital Marketing dan membantu dalam pembuatan akun promosi digital
2. Memberikan pelatihan dan mendampingi mitra dalam pembuatan postingan yang menarik
3. Mendampingi pembuatan peta online (*google maps*)
4. Memberi edukasi dan mengingatkan untuk selalu menerapkan protocol kesehatan ketika bekerja dalam situasi pandemic Covid-19 kepada karyawan Ratih Pangkonan Bali, serta membagikan masker kepada

karyawan Ratih Pangkonan Bali sebagai penunjang pelaksanaan protocol kesehatan

Selama program kerja ini dilaksanakan mendapat hasil serta respon yang baik. Dari program kerja yang telah disusun telah dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan dan terealisasi dengan baik. Program kerja dalam pemasaran secara digital dan pembuatan *google maps* berjalan dengan lancar serta edukasi dan mengingatkan karyawan Ratih Pangkonan Bali untuk selalu menerapkan protocol kesehatan ketika bekerja hingga memberikan masker sebagai penunjang pelaksanaan protocol kesehatan juga berjalan dengan lancar. Terealisasi program ini tidak lepas dari factor – factor pendukung yaitu adanya dukungan dari pihak UMKM Ibu Ni Kadek Ari Sagita,S.Pd beserta dengan karyawan, dan Dosen Pembimbing yang sudah berpartisipasi dalam menyelesaikan program kerja tersebut sehingga terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Dimana, kegiatan ini selalu menerapkan protocol kesehatan, dengan tetap memakai masker.

Saran

Setelah dilakukannya kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Memanfaatkan Digital Marketing Untuk Memperluas Pangsa Pasar Ukm Ratih Pangkonan Bali Di Masa Pandemi Covid-19” maka diharapkan dari pihak UMKM mampu memanfaatkan Digital Marketing dengan meng-*upload* konten secara berkala dan dapat terus dikembangkan

lagi untuk mempermudah mempromosikan produk hingga banyak dikenal oleh masyarakat diluar Kabupaten Gianyar.

DAFTAR PUSTAKA

- ANT, N. (2020). WFH Tak Memajukan Dagang Banten. <https://www.nusabali.com/berita/73095/wfh-tak-memajukan-dagang-banten>
- Artayasa, P. (2015). Usaha Sarana Banten Hasilkan Rp 1,5 Juta. <https://bali.antaranews.com/berita/82475/usaha-sarana-banten-hasilkan-rp15-juta>
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Sektor Usaha mikro, kecil, dan menengah serta solusinya. *Vol.XIII, No. 10/II/Puslit/Mei/2021*.
- LPPM. (2022). *Panduan Kuliah Kerja Nyata Peduli Bencana Covid-19*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Soma, I. N. (2019). Usaha Tumpeng dan Penek di Desa Satra. <https://satra.desa.id/first/artikel/103>