

PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL MENERAPKAN PROMOSI MENARIK SERTA PEMANFAATAN JASA ANTAR DI UMKM “WARUNG BUK EKA” DI MASA PANDEMI COVID 19

Bertha Beloa^{1,*}, I Dewa Made Endiana², I Komang Sandikara Rantun³

¹ Universitas Kristen Indonesia Paulus, Sulawesi Selatan, 90245, Indonesia

^{2,3} Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: bertha@ukipaulus.ac.id

ABSTRAK

Tingkat penyebaran virus Covid-19 yang melanda dunia saat ini. Sehingga pada akhirnya pemerintahpun melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk membatasi kegiatan masyarakat sebagai upaya pencegahan penyebaran virus ini. Hal ini pun sangat berdampak terhadap sektor kehidupan yaitu usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), salah satunya berdampak pada sektor kuliner yang mengakibatkan para pelaku (UMKM) gulung tikar. Situasi ini juga berdampak ke salah satu usaha UMKM Warung buk eka yang berlokasi di Jalan Bedahulu 9 no 6, Desa Peguyangan Kaja, Kecamatan Denpasar Utara, Denpasar-Bali. Program kerja yang diajukan pada kegiatan ini yaitu inovasi produk dengan berbagai promo menarik dengan harga yang terjangkau, pembuatan serta pemasangan poster dan banner, pendampingan serta pelatihan dalam membuat akun media sosial sebagai media pemasaran seperti Instagram, Pengenalan program jasa antar. Program kerja ini berdasarkan masalah yang dihadapi oleh UMKM Warung Buk Eka yaitu Kurang optimalnya pemasaran dalam penjualan snack tersebut, Kurangnya Inovasi Produk dan promo menarik untuk meningkatkan minat masyarakat sekitar, Menurunnya penjualan Karena terdampak Covid-19 dan diterapkannya PPKM. Adapun solusi yang diberikan Membantu mitra dalam Pengenalan media digital, Memberikan ide kepada mitra untuk menciptakan produk baru, Memasang poster dan banner dan Mengadakan promo menarik. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah metode langsung dan berdiskusi dengan pemilik dari UMKM Warung Buk Eka dalam menyelesaikan permasalahan karena pandemi covid-19.

Kata Kunci: UMKM Warung Buk Eka, Pemasaran media sosial, Inovasi Produk, Pemasangan banner, Pengenalan jasa antar

ANALISIS SITUASI

Pandemi Covid-19 membawa dampak yang sangat signifikan terhadap perekonomian (Setiawan dkk., 2020). Beberapa industri mengalami kerugian yang sangat dalam dan beberapa lainnya mengalami keuntungan, namun secara keseluruhan perekonomian mengalami kontraksi yang cukup menakutkan.

Banyak korporasi ataupun UMKM yang harus gulung tikar karena adanya pemerosotan kinerja dalam bisnisnya (Marlina dkk., 2020). Hal ini disebabkan oleh tingginya tingkat penyebaran virus Covid19 yang melanda dunia saat ini. Sehingga pada akhirnya pemerintahpun melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk membatasi kegiatan

masyarakat sebagai upaya pencegahan penyebaran virus ini. Hal ini pun sangat berdampak terhadap sektor kehidupan yaitu usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), salah satunya berdampak pada sektor kuliner yang mengakibatkan para pelaku (UMKM) gulung tikar karena diakibatkan oleh penurunan daya beli masyarakat serta di diterapkannya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Pengabdian pada masyarakat merupakan suatu bentuk pembelajaran lapangan yang dilakukan oleh mahasiswa yang merupakan bagian sivitas akademika, baik secara pribadi maupun kelompok (Alesandro, 2019).

Berdasarkan obesrvasi yang dilakukan secara luring situasi ini juga berdampak ke salah satu usaha UMKM Warung buk eka yang berlokasi di Jalan Bedahulu 9 no 6, Desa Peguyangan Kaja, Kecamatan Denpasar Utara, Denpasar-Bali. Usaha ini merupakan usaha took kelontong yang menyediakan snack maupun bahan masakan dan usaha ini sudah dimulai dari tahun 2012 yang bisa mendapatkan keuntungan yang menjanjikan. Pada saat obeservasi dan wawancara beberapa permasalahan ditemukan ditempat usaha ini antara lain pemasaran melalui media social belum diterapkan dan sejak terdampak pandemi penjualan dari warung buk eka mulai menurun dan barang barang yang dijual sudah mulai berkurang. Hal ini menjadi salah satu tantangan terbesar bagi pelaku UMKM di Indonesia dan Bali pada khususnya untuk terus mampu bertahan dalam membantu pemulihan perekonomian

baik dalam skala mikro maupun makro (Sari & Ayu Eka, 2020)

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi dan hasil wawancara dengan Ibu Eka, selaku pemilik UMKM, sehingga ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM Warung Buk eka pada saat pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut:

1. Kurang optimalnya pemasaran dalam penjualan snack tersebut
2. Kurangnya Inovasi Produk dan promo menarik untuk meningkatkan minat masyarakat sekitar.
3. Menurunnya penujualan Karena terdampak Covid-19 dan diterapkannya PPKM

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dengan mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh UMKM “Warung Buk Eka” selama masa pandemi covid-19, maka solusi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Membantu mitra dalam Pengenalan media digital agar produk yang ditawarkan mitra bisa diketahui oleh konsumen Serta memberikan simulasi dan pelatihan mengenai cara pengoperasian media sosial tersebut.
2. Memberikan ide kepada mitra untuk menciptakan produk baru yang belum ada di daerah sekitarnya.
3. Memasang poster dan banner dan Mengadakan promo menarik seperti dapat es gratis jika makan

- ditempat dan jika membeli 2 harga menjadi lebih terjangkau
4. Membantu mitra dalam pembuatan logo baru dan Membantu mitra dalam memberikan ide untuk meningkatkan fasilitas pemasaran produknya yaitu dengan adanya jasa antar, sehingga dapat mempermudah konsumen untuk membeli tanpa harus ke luar rumah.

METODE PELAKSANAAN

Adapun Metode pendekatan langsung dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang digunakan untuk menyelesaikan persoalan di UMKM “Warung Buk Eka”

1. Meminta Persetujuan mitra
 - 1) Meminta persetujuan mitra untuk mengadakan program kerja di wilayah tempat usaha selama beberapa minggu kedepan
 - 2) Meminta persetujuan mitra untuk mendokumentasikan segala kegiatan selama proses realisasi program kerja berlangsung
 - 3) Meminta persetujuan mitra untuk mendampingi proses realisasi program kerja
 - 4) Meminta persetujuan mitra untuk melakukan observasi di sekitaran wilayah usaha Warung Buk Eka
2. Persiapan Pelaksanaan
 - 1) Mempersiapkan segala macam bahan untuk merealisasikan produk baru seperti: Mie, Wadah, sumpit, papan nama, sosis, bakso dan telur
 - 2) Mempersiapkan materi untuk pengenalan tentang media sosial dan merealisasikan pembuatan logo baru

- 3) Mempersiapkan banner dan poster untuk dipajang di usaha warung buke ka dan ditempat tempat yang ramai pelanggan
3. Pelaksanaan
 - 1) Melakukan diskusi dengan mitra tentang penggunaan media social dan pembuatan logo baru agar nantinya dapat meningkatkan penjualan pada usaha Warung Buk Eka.
 - 2) Mempersiapkan bahan bahan dalam program kerja pembuatan produk baru.
 - 3) Membuatkan mitra poster dan banner untuk ditempel di area Warung Buk Eka agar memudahkan masyarakat dalam memberikan informasi kepada masyarakat.
 - 4) Memberikan pembekalan mengenai pelayanan jasa antar kepada mitra usaha Warung Buk Eka.
4. Evaluasi Program Kerja dan Akhir Pelaksanaan
 - 1) Mengevaluasi program kerja dan kendala yang dihadapi bersama mitra selama program kerja berlangsung
 - 2) Foto Bersama

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bersama dengan mitra sasaran yaitu UMKM Warung Buk Eka telah selesai, ada beberapa target dari program yang tercapai, diantaranya yaitu Menciptakan produk baru yang harganya lebih terjangkau yang dapat menarik minat dari masyarakat sekitar.

Sehingga banyak masyarakat sekitar tertarik untuk mencobanya. Sebagai hasil dari terlaksananya program dari pembuatan produk baru dengan harga yang terjangkau Pembuatan logo baru dan pemasangan banner dan poster disekitar wilayah UMKM Warung Buk Eka. Sebagai hasil dari terlaksananya program pembuatan logo baru dan pemasangan banner dan poster dapat menarik perhatian masyarakat sekitar untuk mencoba menu baru yang telah disediakan Dilakukannya pelatihan dan pendampingan dalam membuat media sosial (Instagram) agar dapat mnarik minat pelanggan tidak hanya disekitaran wilayah UMKM Warung Buk Eka. Media sosial ini digunakan untuk memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk yang dijual, harga yang ditawarkan, dan promo menarik lainnya. Sebagai hasil dari terlaksananya program pembuatan media sosial. Dengan pembuatan media sosial tidak lupa juga mengoprasikan pelayanan jasa antar karena jangkauan pelanggan menjadi lebih luas. Pelayanan jasa antar sangat populer di era pandemic seperti ini karena konsumen dapat memesan lewat media sosial. Sebagai hasil dari terlaksananya program pelayanan jasa antar berikut adalah konsumen yang memesan lewat Instagram dan whatsapp dapat dilihat pada gambar dibawah ini. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini ada beberapa faktor yang mendukung dalam ketercapaian programnya, yaitu Pemilik UMKM Warung Buk Eka atas nama Ni Wayan Artini yang mendukung penuh kegiatan ini Kegighian dari anak Ni Wayan Artini

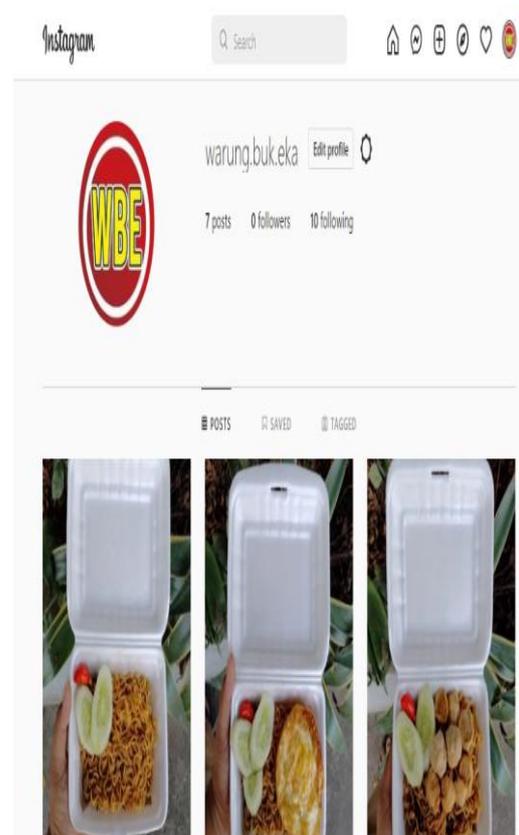
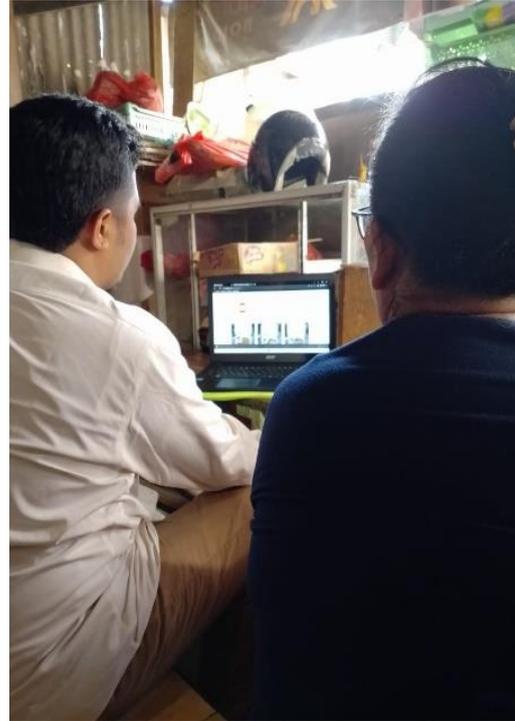
atas nama Kadek Ariandani dalam proses penerapan media sosial dan pamasaran produk Lokasi yang sangat strategis terletak ditengah kota Denpasar yng dapat menjangkau pelanggan lebih luas. Adanya dukungan dari dosen pembimbing dimana diadakannya daring sebelum kegiatan, saat kegiatan dan berakhirnya kegiatan. Selain itu pembimbing juga memperbolehkan peserta pelaksana berdiskusi melalui Whatsapp dalam mengalami kendala dan mampu memberikan solusiny Kegiatan Disamping faktor pendukung kegiatan, ada juga beberapa faktor penghambat tercapainya pelaksanaan program dari pengabdian masyarakat ini yaitu Kurangnya manajemen waktu dalam melaksanakan program dan pelatihan, sehingga pelaksanaannya dilakukan hanya beberapa kali saja. Terkait adanya pemberlakuan warung tutup jam 9 malam menyebabkan UMKM Warung Buk Eka tidak bisa buka secara maksimal



Gambar 1. Dokumentasi tentang Diskusi Inovasi menu baru yang dilakukan dengan pemilik UMKM Warung Buk Eka



Gambar 3. Dokumentasi saat melakukan Pembuatan Desain/Logo baru dan Pemasangan Banner yang dilakukan di UMKM Warung Buk Eka



Gambar 4. Dokumentasi saat melakukan Pendampingan pembuatan akun Instagram yang dilakukan dengan pemilik UMKM Warung Buk Eka



Gambar 5. Dokumentasi saat melakukan Pemesanan melalui media sosial dengan pelayanan jasa antar

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Pemasaran melalui media sosial menerapkan promosi menarik serta pemanfaatan jasa antar di UMKM Warung Buk Eka di masa pandemi covid-19” Dalam pembuatan produk baru, promo menarik dengan harga terjangkau, sampai saat ini telah berhasil menarik perhatian pelanggan. Pemilik dari UMKM Warung Buk Eka yaitu Wayan Artini maupun anaknya Kadek Ariandani telah memahami penggunaan media sosial yang berhasil menarik perhatian pelanggan diluar daerah Denpasar. Pemilik dari UMKM Warung Buk Eka telah mengerti cara penerapan pelayanan jasa antar Saran yang dapat saya berikan kepada UMKM Warung Buk Eka sebagai berikut Dapat mempertahankan dan melakukan inovasi baru terhadap produk maupun promo lainnya Dapat meningkatkan pemasaran melalui media sosial seperti membuat poster yang dapat dipajang di Instagram Warung Buk Eka agar menarik lebih banyak pelanggan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alesandro, Fillipi. (2019). Laporan Praktek Kerja Lapangan pada PT. Multi Terminal Indonesia. Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- Marlina, E., Aghitsnillah, N. Q., Aruhi, N., Rosyid, N. M., Maharani, L. E., Mudakir, F., ... & Al Farrosi, F. U. (2020). Budaya Lele

sebagai Bentuk Penujang Swasembada Pangan bagi Masyarakat Desa. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M), 1(2), 110-115.

Ni Ketut Sari Adnyani, Dewa Ayu Eka Agustini (2020), Digitalisasi Sebagai Pemulihan Perekonomian Di Sektor Kerajinan Dalam Mendukung Kebangkitan UMKM di Provinsi Bali. Jurnal Volume 1, No. 2, November 2020.

Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.

Setiawan, R. & Setiadin, G. F. (2020). Strategi Indonesia dalam Membangkitkan Perekonomian Nasional Pasca Covid-19. *Egsaugm*