STRATEGI PEMASARAN DENGAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MEMBANTU UMKM PENJAHIT DI LINGKUNGAN BANJAR RAKETAN DESA TAMAN

I Nyoman Resa Adhika[1,*], I Gusti Ngurah Putu Gita Pratama[2]

[1,2]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
*Email: resa.adhika@unmas.ac.id

ABSTRAK

Covid-19 pertama kali dilaporkan masuk ke Indonesia pada tanggal 2 Maret tahun 2020. Wabah ini sangat berdampak pada kegiatan ekonomi di Indonesia. Dengan adanya pandemi ini sangat menghancurkan sektor perekonomian. Dampak pandemi paling terasa terjadi pada sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Indonesia yang didominasi oleh keberadaan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional terdampak secara serius. Desa Taman merupakan salah satu desa yang ada pada Kabupaten Badung. Di Desa ini, terutama pada lingkungan Banjar Raketan terdapat salah satu UMKM yang bergerak dibidang jasa (penjahit). Dampak pandemi Covid 19 sangat dirasakan oleh pemilik UMKM ini, dimana terjadi penurunan penjualan akibat turunnya daya beli masyarakat. Dalam memasarkan produknya, UMKM ini hanya memanfaatkan pemasaran dari mulut ke mulut, sehingga para konsumennya hanyalah orang sekitar. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap penggunaan media sosial seperti facebook dan instagram sebagai media promosi dan pemasaran produknya. Padahal strategi pemasaran dengan penggunaan media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Covid-19, Penurunan Penjualan, Penggunaan Media Sosial.

ANALISIS SITUASI

Covid-19 pertama kali dilaporkan masuk ke Indonesia pada tanggal 2 Maret tahun 2020. Wabah ini sangat berdampak pada kegiatan ekonomi di Indonesia. Dengan adanya pandemi ini sangat menghancurkan sektor perekonomian. Menurut Bahtiar *et. al.,* (2020) dampak pandemi paling terasa terjadi pada sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Indonesia yang didominasi oleh keberadaan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional terdampak secara serius. Pandemi ini menunjukkan implikasi negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor keuangan serta eksistensi UMKM.

Desa Taman merupakan salah satu desa yang ada pada Kabupaten Badung. Di Desa ini, terutama pada lingkungan Banjar Raketan terdapat salah satu UMKM yang bergerak

dibidang jasa (penjahit). Dampak pandemi Covid 19 sangat dirasakan oleh pemilik UMKM ini, dimana terjadi penurunan penjualan akibat turunnya daya beli masyarakat.

Dalam memasarkan produknya, UMKM ini hanya memanfaatkan pemasaran dari mulut ke mulut, sehingga para konsumennya hanyalah orang sekitar. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap penggunaan media sosial seperti facebook dan instagram sebagai media promosi dan pemasaran produknya. Padahal strategi pemasaran dengan penggunaan media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan penjualan. Penggunaan media sosial mampu memperluas jangkauan dalam memasarkan produk, sehingga akan dikenal banyak orang baik dari dalam daerah, maupun luar daerah (Febriyantoro *et al.*,2018).

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan salah satu UMKM di lingkungan Banjar Raketan Desa Taman bahwa dapat disimpulkan masalah yang dihadapi oleh UMKM penjahit ini yaitu:

1. Kurangnya pemanfaatan sosial media dalam media promosi dan pemasaran dalam usaha penjahit.
2. Kurang adanya spanduk pengenal pada usaha penjahit ini.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Media sosial menjadi media yang paling popular di saat masa pandemi, namun jika dilihat di lapangan masih banyak pengusaha yang belum memaksimalkan penggunaan media sosial dalam upaya meningkatkan eksistensi mereka dimasa pandemi (Hardilawati, W. L. 2020.). Strategi pemasaran dengan menggunakan teknologi dapat dijadikan sebagai salah satu cara untuk mendongkrak penjualan produk – produk UMKM (Werdani et al.,2020). Media sosial menjadi platform yang sering digunakan oleh masyarakat sehingga para pelaku usaha harus memasarkan produknya menggunakan sosial media sehingga wirausahawan dapat mengetahui mengenai sosial media yang sangat berguna untuk keadaan covid.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada Merta Sari Tailor yang berlokasi di Jln.Batas Kangin, Banjar Raketan, Des. Taman, Kec. Abiansemal, Kab. Badung, Bali, maka solusi yang penulis berikan terhadap permasalahan yang sedang dihadapi oleh Merta Sari Tailor sebagai berikut:

1. Solusi
    a. Memberikan pendampingan kepada mitra dalam pembuatan akun media sosial Facebook dan Instagram serta cara penggunaanya untuk memasarkan produk.
    b. Membantu dalam pembuatan dan pemasangan spanduk pada usaha jahit ini.
2. Target
    a. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman akan penggunaan media sosial Facebook dan Instagram dalam memperluas pemasaran produk.

b. Meningkatkan pemahaman akan pentingnya dalam pembuatan spanduk ini agar lebih dikenali oleh masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra, yang dimana telah dituangkan kedalam 2 program kerja yaitu :

1. Memberikan pendampingan kepada mitra dalam pembuatan akun media sosial Facebook dan Instagram serta cara penggunaanya untuk memasarkan produk. Program kerja ini dilakukan sebanyak 2 kali pertemuan, diantaranya:
   a. Pertemuan pertama dilaksanakan dengan memberikan pendampingan pembuatan akun media sosial Instagram dan Facebook.
   b. Pertemuan kedua dilaksanakan dengan memberikan pelatihan penggunaan akun media sosial Instagram dan Facebook sebagai media promosi dan pemasaran produk.
2. Membantu dalam pembuatan dan pemasangan spanduk agar lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Program kerja ini dilakukan sebanyak 1 kali pertemuan, yaitu:
   a. Pertemuan ini dilaksanakan dengan pembuatan dan pemasangan spanduk.
3. Memantau perkembangan atas program kerja yang telah diberikan. Kegiatan ini dilakukan sebanyak 2 kali pertemuan guna memonitoring perkembangan pemilik dan karyawan UMKM dalam melaksanakan program kegiatan yang telah diberikan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Partisipasi karyawan dalam Strategi Pemasaran Dengan Media Sosial Dalam Upaya Membantu UMKM sangat tinggi, dilihat dari semangat mereka dalam kegiatan pelaksanaan kegiatan ini sangat antusias. Pada saat kegiatan pendampingan dalam pembuatan media social, seperti bagaimana cara memasarkan produk mereka ke media social, bagaimana merespon pelanggan melalui media social para karyawan bersedia mendengarkan dan mengikuti arahan yang diberikan.

Gambar 1. Wawancara dengan pemilik UMKM

Gambar 2. Pembuatan media sosial UMKM

Gambar 3. Pemasangan spanduk UMKM Merta Sari Tailor

SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati di penjahit Merta Sari Tailor yang terdapat di lingkungan Br. Raketan Desa Taman, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung secara umum terlaksana dengan baik dan lancar. Program kerja ini sudah mampu dilakukan oleh mitra. Hasil yang diberikan juga terlihat baik, dimana konsumen UMKM sudah dari luar daerah desa dan pembuatan spanduk sudah dilaksanakan dan berdampak baik terhadap pemilik UMKM. Adapun program kerja yang telah dilaksanakan terdiri dari pendampingan pembuatan akun media sosial, pelatihan cara pemasaran produk, pelatihan dan pendampingan pembuatan spanduk

Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati telah terealisasikan 100% besar harapan kami agar setelah pengabdian berakhir kegiatan yang telah kami laksanakan tetap dapat terus di lakukan oleh pemilik UMKM Merta Sari Tailor yang ada di lingkungan Br. Raketan Desa Taman, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung.

DAFTAR PUSTAKA

Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM. *Jurnal Isu Aktual Dan Strategis, XII(6), 19–24.*

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara, 1(2), 62–76.*

Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pademi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi, 10(1), 90–98.*

Pakpahan, Kristian A. 2020. Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional.*

Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., & Iskandar, D. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 4(1), 1–5.*