

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN DAN PROMOSI PRODUK UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID 19 DI DESA KEDONGANAN

I Gusti Agung Sri Rwa Jayantini¹⁾, I Wayan Gde Wiryawan²⁾, Andreas Bima³⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: agung_srijayantini@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 telah menunjukkan dampak signifikan pada perekonomian dan perubahan tatanan sosial masyarakat. Demi mengurangi makin banyaknya orang yang terinfeksi dan menulari yang lain, pemerintah mengeluarkan aturan baru bagi masyarakat. Aturan agar masyarakat menerapkan protokol kesehatan dengan ketat diterapkan dengan menjaga jarak antara satu orang dengan satu orang lainnya dengan jarak 1 meter, keluarnya peraturan itu membuat para pedagang kehilangan banyak pelanggan secara drastis. Fish's Mart Kedonganan yang merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada bidang penyedia berbagai jenis ikan menjadi salah satu yang terkena dampak COVID-19. Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan yaitu pengembangan strategi pemasaran dan promosi produk UMKM Fish's Mart di tengah pandemi COVID-19 yang akan diubah menjadi penjualan berbasis *online* maupun *offline*. Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu meningkatkan omset penjualan dari UMKM Fish's Mart dan meningkatkan ilmu Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bagi karyawannya untuk mempermudah pekerjaan yang akan dijalankan.

Kata Kunci: COVID-19, UMKM, *Online* dan *Offline*, TIK

ANALISIS SITUASI

Fish Mart merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang masih bisa bertahan hingga saat ini di Desa Kedonganan, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung. Fish Mart merupakan badan usaha penjualan ikan yang telah didirikan oleh Ni Nyoman Seni baru-baru ini, yaitu tanggal 15 April 2019 dan memperkerjakan 8 pekerja berdasarkan data yang diperoleh pada observasi tanggal 29-30 Juli 2021. Beralamatkan di Jl. Bantas Kauh No. 8A Kedonganan, usaha ini dikembangkan sebagai salah satu UMKM yang dapat membantu masyarakat sekitar agar mudah mendapatkan produk ikan yang berkualitas dan terjangkau. Usaha yang bergerak pada bidang penjualan ikan ini telah menghasilkan dan memasarkan berbagai macam produk disesuaikan dengan keinginan & pesanan para pembeli.

Pada tahun 2020, munculnya wabah virus Covid-19 dan adanya keputusan pemerintah untuk memberlakukan kebijakan pembatasan aktivitas di kalangan masyarakat, menimbulkan dampak pada usaha ini. Pembatasan aktivitas dilakukan untuk meminimalisir dampak dari Covid-19 (Gitiyarko, 2020). Karena UMKM ini baru dibuat yang membuat pemilik Fish Mart mengalami banyak tekanan.

Berdasarkan hasil pengamatan di Fish Mart, penurunan pengungjung dan pembatalan pesanan secara drastis terjadi selama masa pandemi. Usaha ini hampir kehilangan banyak pelanggan dikarenakan wabah virus Covid-19 yang berdampak di berbagai sektor kehidupan. Selain itu, pemanfaatan bidang teknologi dalam mempermudah pekerjaan pada UMKM ini juga kurang diindahkan dikarenakan minimnya kemampuan karyawan dalam menjalankan salah satu perangkat teknologi.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil dari observasi dan dilakukannya wawancara secara langsung dengan mitra pada tanggal 30 Juli 2021, didapatkan beberapa permasalahan yang sedang dihadapi oleh UMKM Fish Mart, permasalahannya sebagai berikut:

1. Omset pendapatan dan pengeluaran tidak seimbang secara terus-menerus setiap bulannya akibat dari pembatalan pesanan yang dilakukan oleh pelanggan. Dampak dari Covid-19 ini sangat serius di hadapi oleh UKMKM Fish Mart, sejak berdirinya hingga dari peraturan pemerintah yang membatasi pergerakan masyarakat untuk menjaga jarak
2. Keterbatasan kemampuan para karyawan dalam memanfaatkan perangkat teknologi pada proses pembukuan stok ikan.

Kurangnya pengetahuan dalam pemanfaatan perangkat teknologi pada pembukuan terkadang mengalami hambatan dalam proses pendataan barang yang dapat menghambat pekerjaan lainnya yang berhubungan dengan proses pesanan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan pada hasil observasi yang telah dilakukan sebelumnya kepada mitra UMKM Fis't's Mart yang berlokasi di Desa Kedonganan, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung, maka solusi yang ditawarkan untuk permasalahan yang sedang dihadapi kepada mitra meliputi:

1. Pemanfaatan teknologi dalam strategi pemasaran berbasis *online* maupun *offline* dengan pembuatan media promosi.
Strategi pemasaran bagi perusahaan sangat diperlukan sasaran yang disebut pangsa pasar dapat dipilih (Cay, S., & Irnawati, J., 2020). Dalam hal ini mitra memilih strategi pemasaran *online* menggunakan media digital Instragram, Facebook dan Whatsapp. Media digital inilah yang akan digunakan nanti untuk melakukan promosi
2. Pembukuan stok barang atau stok opname dengan memanfaatkan perangkat teknologi komputer.
Stok barang atau stok opname adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk menghitung persediaan barang dagangan secara fisik termasuk yang disimpan di gudang. (Tanoto, 2020). Tim mendampingi karyawan dalam perancangan format stok barang hingga pendataan jumlah barang yang

dimasukkan ke bentuk dokumen elektronik (Microsoft Excel) agar pekerjaan semakin mudah dilakukan.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam mengimplementasi program kerja yang telah dirancang adalah metode observasi, persiapan pelaksanaan program, dan pelaksanaan program

1. Observasi

Observasi adalah proses mengamati dengan tersistem sebagai bagian dari kegiatan manusia dan pengaturan fisik dari suatu kegiatan agar berlangsung secara berkesinambungan dari lokus aktivitas bersifat natural untuk menghasilkan fakta' (Hasanah, H., 2017). Maka dalam tahapan ini mahasiswa memulai pengamatan dengan metode pendekatan membuka hubungan dengan karyawan guna untuk memperkenalkan diri dan beradaptasi dengan aktivitas kerja di UMKM Fish's Mart. Selanjutnya, mahasiswa sebagai pelaku utama kegiatan pengabdian kepada masyarakat melakukan observasi dan pengamatan secara langsung dengan menggunakan metode wawancara kepada karyawan untuk mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi selama masa pandemi berlangsung. Disini mereka menuturkan beberapa kendala seperti kurangnya pemahaman akan rumus formula pada Microsoft Excel, beberapa file tidak teratur di komputer karena tidak ditata dalam folder, dan terkadang perangkat komputer itu sendiri mengalami *lagging*

2. Persiapan Pelaksaaan

Dengan hubungan yang sudah terjalin kemudian mahasiswa memelihara hubungan tersebut dengan bersedia untuk membagikan pengalaman yang dimiliki dalam mempersiapkan materi-materi yang diperlukan. Mahasiswa membuat persiapan dan menyiapkan materi penyuluhan tentang strategi pemasaran berbasis *online* maupun *offline*. Selain itu, mahasiswa juga menyiapkan materi yang diperlukan untuk menjalankan *software* komputer agar karyawan teredukasi akan perkembangan teknologi saat ini.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Pembinaan hubungan sebagai metode pendekatan lebih lanjut dilakukan mahasiswa untuk membantu mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada di UMKM Fish's Mart dengan melaksanakan metode sebagai berikut:

a. Penyuluhan

Karyawan diberikan penyuluhan tentang pentingnya strategi pemasaran guna untuk mengoptimalkan UMKM Fish's Mart serta edukasi mengenai tata cara penggunaan perangkat teknologi. Karyawan dan mahasiswa menonton dan mempelajari bersama

mengenai konsep-konsep materi dan mengadakan beberapa diskusi bersama

b. Pelatihan dan Pendampingan

Setelah mempelajari beberapa materi, selanjutnya mahasiswa memberikan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan untuk pembuatan perumusan sederhana stok yang dimana nantinya jika ada perubahan karyawan dapat memodifikasi data tersebut. Selain itu, pelatihan dan pendampingan juga dilakukan dalam pembuatan format data yang lebih lengkap dalam pembukuan stok barang dengan penggunaan perangkat teknologi.

c. Uji Coba

Karyawan melakukan uji coba untuk menerapkan teori pada pelatihan yang telah dilakukan sebelumnya. Disini karyawan telah mampu menerapkan sebagian besar materi yang telah dipelajari ditambah dengan pelatihan yang dilakukan sebelumnya.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pengembangan strategi pemasaran dan promosi produk serta pengajaran Teknologi Infomasi & Komunikasi (TIK) untuk UMKM Fish's Mart sudah dapat ditingkatkan pada karyawan melalui program kerja yang telah dirancang sebelumnya. Berikut merupakan tabel capaian realisasi program kerja:

TABEL 1
Ketercapaian Kegiatan

Uraian	Keterangan	Realisasi
Pengembangan strategi pemasaran dan promosi produk serta pengajaran Teknologi Infomasi & Komunikasi (TIK) untuk UMKM Fish's Mart	Pelaksanaan observasi dan metode wawancara langsung kepada mitra.	100%
	Persiapan materi strategi pemasaran dan tata cara penggunaan perangkat teknologi untuk menunjang program kerja.	100%
	Penyuluhan dan simulasi tentang strategi pemasaran berbasis online maupun offline serta mengedukasi karyawan dalam penggunaan perangkat teknologi lebih lanjut.	100%

	Pendampingan dan uji coba kepada karyawan dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis online maupun online dan membuat pembukuan stok barang	100%
	Persiapan dan pelaksanaan evaluasi untuk mengidentifikasi keberhasilan dan kegagalan program kerja.	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut

1. Pelaksanaan observasi dan metode wawancara langsung kepada mitra.

Kegiatan ini telah terealisasi sepenuhnya dimana mahasiswa melakukan metode wawancara secara langsung kepada beberapa karyawan UMKM Fish's Mart untuk mengetahui kendala dalam pekerjaan. Adapun beberapa kendala yang ditemukan seperti data tidak teratur sebelum proses produksi pakaian dilaksanakan dan lambatnya sistem komputer yang kadang mengalami *lagging*. Beberapa karyawan kesulitan mencari data sisa stok kain yang tersedia di gudang karena harus membuka buku catatan secara manual.

2. Persiapan materi strategi pemasaran dan tata cara penggunaan perangkat teknologi untuk menunjang program kerja.

pemasaran online dan kegiatan ini telah berhasil dilaksanakan dimana mahasiswa mencari beberapa materi seperti video penjelasan tentang strategi pemasaran, dan pembukuan stok barang sederhana. Setelah itu beberapa materi yang telah disiapkan ini kemudian disosialisasikan kepada karyawan.



Gambar 1. Kegiatan pendampingan penggunaan sistem komputer

3. Penyuluhan dan simulasi tentang strategi pemasaran berbasis online maupun offline serta mendukung karyawan dalam penggunaan perangkat teknologi lebih lanjut.

Pada tahapan ini mahasiswa melakukan diskusi bersama karyawan untuk lebih mendalami pentingnya strategi pemasaran dan dalam hal ini perusahaan memilih beberapa media digital sebagai media promosi bagi perusahaan. Diskusi lainnya juga dilakukan dalam pembahasan materi tentang penggunaan perangkat teknologi lebih lanjut seperti menggunakan rumus pada Microsoft Excel agar hasil penjumlahan data pada pembukuan stok barang dapat terisi secara otomatis.



Gambar 2. Mahasiswa memberikan beberapa rumus yang akan digunakan oleh karyawan untuk mendata stok ikan.

4. Pendampingan dan uji coba kepada karyawan dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis online maupun offline dan membuat pembukuan stok barang

Mahasiswa telah melaksanakan kegiatan pelatihan, pendampingan, dan uji coba kepada karyawan dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis online maupun online dan membuat pembukuan stok barang. Sebelumnya mahasiswa mengadakan pelatihan dimana karyawan memperhatikan cara merancang pembukuan stok barang kemudian mahasiswa mendampingi karyawan dalam menjalankan program tersebut. Setelah itu karyawan diuji coba berdasarkan pemahaman mereka.



Gambar 3. Mahasiswa membantu menghitung stok ikan yang akan dipindahkan secara digital.

5. Persiapan dan pelaksanaan evaluasi untuk mengidentifikasi keberhasilan dan kegagalan program kerja.

Mahasiswa menanyakan beberapa pertanyaan secara langsung dimana ini bertujuan untuk mengetahui kegagalan dan keberhasilan program kerja berdasarkan pengalaman yang dirasakan oleh karyawan

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan yang dimaksud adalah:

1. Pimpinan UMKM Fish's Mart yang memberikan ijin dan mendukung penuh kegiatan ini.
2. Kemudahan fasilitas dan koneksi internet yang memadai di UMKM Fish's Mart
3. Keterlibatan karyawan UMKM Fish's Mart dalam pelaksanaan program kerja

Sedangkan factor penghambat dalam kegiatan ini adalah:

1. Berbagai macam kesibukan karyawan yang mengakibatkan pelatihan kurang optimal.
2. Perangkat teknologi yang terkadang mengalami macet dan lambat saat menjalankan program

KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan memberdayakan pengembangan strategi pemasaran dan promosi produk dalam upaya mengoptimalkan omset serta kinerja karyawan pada UMKM Fish's Mart ini disimpulkan telah berlangsung dengan baik dan sesuai dengan target yang ingin dicapai. Selama kegiatan ini berlangsung mahasiswa terlatih untuk merancang dan menerapkan program kerja yang telah dibuat terutama pada proses pembuatan media promosi dan juga format pembukuan stok barang yang menggunakan *software* komputer. Para karyawan yang terlibat teredukasi pada kegiatan ini sehingga dapat memotivasi mereka dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab pada UMKM Fish's Mart. Adapun kegiatan pembuatan laporan dilakukan dengan memberikan penyuluhan, pelatihan, pendampingan dan uji coba dilaksanakan dengan baik dan telah sesuai dengan program kerja yang telah direncanakan.

Kemampuan karyawan dalam penerapan strategi pemasaran berbasis *online* maupun *offline* dan pembukuan stok barang sesuai format yang dijalankan harus tetap dilakukan secara berkelanjutan sesuai dengan teori yang telah diberikan dalam kegiatan, agar kedepannya dapat menambah omset pendapatan serta memudahkan karyawan dalam mendata stok barang yang sesuai.

DAFTAR PUSTAKA

- Consultant, IT. (1 Februari 2020). 5 Cara Meningkatkan Penjualan Sales Menggunakan Digital Marketing. [Internet]. <https://www.jmc.co.id/blog/5-cara-meningkatkan-penjualan-sales-menggunakan-digital-marketing/>. (diakses pada tanggal 2 Agustus 2021)
- Desra. (2019, 3 Januari). Pengertian, Jenis dan Manfaat Pemasaran Online. *Jurnal Entrepreneur*. [Internet]. www.jurnal.id/id/blog/pengertian-jenis-dan-manfaat-pemasaran-online. (diakses pada tanggal 31 Juli 2021)
- Excel, Kelas. (Juni 2018). Cara Memproteksi atau Mengunci Cell Tertentu di Excel. *Kelas Excel*. [Internet]. <https://www.kelasexcel.id/2018/06/cara-mengunci-cell-tertentu-di-excel.html>. (diakses pada tanggal 2 Agustus 2021)
- Gitiyarko, Vincentius (22 Juni 2020). Upaya dan Kebijakan Pemerintah Indonesia Menangani Pandemi Covid-19. *Kompas Pedia*. [Internet]. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/upaya-dan-kebijakan-pemerintah-indonesia-menangani-pandemi-covid-19>. (diakses pada tanggal 2 Agustus 2021)
- Jati, Waluyo. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/679/554>. (diakses pada tanggal 2 Agustus 2021)
- Lestari, Estrin Vanadianti. (19 Oktober 2020). 17 Rumus Excel Paling Sering Digunakan di Dunia Kerja. *Cekaja*. [Internet] <https://www.cekaja.com/info/rumus-excel-paling-sering-digunakan>. (diakses pada tanggal 2 Agustus 2021)
- Marketing, Content. (Februari 2019). Strategi Untuk Mendorong Efektivitas Pemasaran Online Bagi Bisnis Online. *Groedu Digital Marketing*. [Internet]. <https://groeducontentmarketing.com/2019/02/strategi-untuk-mendorong-efektivitas-pemasaran-online-bagi-bisnis-online/>. (diakses pada tanggal 2 Agustus 2021)
- Prawiro, M. (2018, 26 November). Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep dan Contohnya. [Internet]. www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html. (diakses pada tanggal 31 Juli 2021)
- Sudrajat, A. (2008). Pendekatan Sosial dalam KKN. [Internet]. <https://akhmadsudrajat.wordpress.com/2008/02/14/pendekatan-sosial-dalam-kegiatan-kkn/amp/> (diakses pada tanggal 31 Juli 2021)
- Tanoto, U. (2020, 6 Desember). Pembuatan dan Contoh Pembukuan Stok Barang yang Efektif. *Jojonomic*. [Internet] <https://www.jojonomic.com/blog/pembukuan-stok-barang> (diakses pada tanggal 31 Juli 2021).