

STRATEGI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PADA USAHA ANGGUN KEBAYA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DIMASA PANDEMI COVID-19 DI DESA SESETAN.

I Made Diarta¹⁾, Kadek Asri Dewi²⁾

^{1,2)}Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: asri250200@gmail.com

ABSTRAK

Berdasarkan observasi yang dilakukan di usaha Anggun Kebaya yang berlokasi di Jl. Raya sesetan n No 50, ditemukan beberapa kesulitan ekonomi yang dialami UMKM tersebut dimasa pandemi covid-19 seperti dampak pada omzet penjualan. Keluhan atau permasalahan yang lainnya adalah kurangnya pengetahuan mitra untuk menggunakan sosial media atau *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan, pemahaman strategi pemasaran *digital* dan *branding* masih lemah. Mengacu pada beberapa permasalahan tersebut maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat di mitra adalah pelatihan pemasaran *online* untuk meningkatkan produktivitas dalam masa pandemi COVID-19. Untuk membantu mengatasi persoalan yang dihadapi usaha Anggun Kebaya di Sesetan, maka penulis memiliki beberapa solusi yang akan diterapkan, diantaranya adalah membuat media sosial seperti *instagram*, *marketplace*, untuk usaha Anggun Kebaya serta ikut serta dalam mempromosikan usaha Anggun Kebaya melalui media sosial. Kegiatan lainnya adalah membantu mitra untuk pembuatan spanduk perusahaan untuk media promosi *offline*. Solusi yang dilaksanakan tersebut bertujuan untuk membantu mitra dalam mempertahankan usaha kebaya dimasa Pandemi COVID-19 dengan target memperluas jangkauan penjualan melalui *digital marketing*. Metode pelaksanaan yang digunakan untuk melaksanakan program kerja adalah pelatihan, diskusi dan pendampingan mitra yang dilakukan dengan cara mendatangi mitra untuk wawancara atau observasi, dan memberikan kontribusi berupa pelatihan untuk membantu peningkatan kreativitas mitra dan dapat membangkitkan semangat mitra di masa pandemi-COVID -19 di desa Sesetan.

Kata Kunci : Promosi, Media Sosial, Kebaya, *Online*, *Offline*

ANALISIS SITUASI

Corona Virus pertama kali ditemukan pada akhir bulan Desember 2019, Virus corona atau sering disebut Covid-19 adalah salah satu penyakit yang menyebabkan sindrom pernapasan (sars-CoV-2) yang diduga berasal dari Wuhan ibu kota provinsi Hubei China. Virus ini ditetapkan oleh World Health Organization (WHO) sebagai virus berbahaya yang mampu menyebar dengan cepat dari satu wilayah ke wilayah lainnya. Wabah Covid-19 membawa dampak yang besar dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini pemerintah tidak hanya diam saja tapi pemerintah memberikan banyak bantuan untuk masyarakat mulai dari sembako serta kebutuhan sehari-hari dan

juga selalu menghimbau masyarakatnya untuk terus melakukan atau menggunakan protokol kesehatan untuk menjamin keselamatan dan keamanan bagi masyarakat .

Desa Sesetan merupakan desa yang ada di sebelah selatan Ibu kota yang terkenal akan tempat wisata yang ramai akan wisatawan asing, desa Sesetan sendiri memiliki luas wilayah mencapai 7,39 km² (739 ha) dan secara geografis terletak pada ketinggian kurang dari 500 meter di atas permukaan laut yang membujur ke utara. Kelurahan Sesetan memiliki 14 lingkungan definitif/banjar dinas, yakni:Lingkungan Kampung Bugis,Lingkungan Banjar Suwung Batan Kendal, Lingkungan Banjar Karya Dharma, Lingkungan Banjar Pegok, Lingkungan Banjar Taman Sari, Lingkungan Banjar Taman Suci, Lingkungan Banjar Lantang Bejuh, Lingkungan Banjar Dukuh Sari, Lingkungan Banjar Gaduh, Lingkungan Alas Arum, Lingkungan Banjar Tengah, Lingkungan Banjar Pembungan, Lingkungan Banjar Kaja., Lingkungan Banjar Puri Agung.

Desa yang menjadi tujuan Pengabdian Masyarakat adalah Desa Sesetan, Kecamatan Denpasar Selatan Provinsi Bali, yang saat ini memiliki 49.893 jiwa/penduduk yang terdiri dari 25.447 laki-laki dan 24.446. Secara geografis desa Sesetan memiliki jumlah penduduk yang padat dengan sebagian besar mata pencaharian penduduk adalah sebagai wirausaha dan juga sebagai pegawai. Penulis melihat keadaan masyarakat di sana merupakan masyarakat kelas menengah . Di masa pandemi ini beberapa masyarakat disana terkena dampak covid-19 sehingga mulai sepiwisatawan hingga berdampak besar bagi UMKM kecil yang berada di desa Sesetan. Hal tersebut berdampak besar bagi pelaku UMKM yang menyebabkan penurunan pendapatan para UMKM dikarenakan adanya kebijakan-kebijakan pemerintah untuk memutus rantai wabah covid tersebut dengan ditetapkannya PPKM (Peraturan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di beberapa wilayah untuk menjaga keselamatan para warganya dimasa pandemi covid-19 ini, sehingga mengakibatkan penurunan daya beli konsumen pada usaha bisnis para UMKM tersebut. Anjloknya pendapatan bagi para UMKM membutuhkan strategi pemasaran dan media promosi yang tepat untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan dapat meningkat. *Digital marketing* adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media *digital* secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran *digital*, terutama media sosial, bagi para pelaku bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan penjualan dan laba (Sulaksono,2020).

Salah satu UMKM yang menjadi mitra dalam pengabdian kepada masyarakat yang penulis angkat yaitu UMKM usaha kebaya di Banjar Lantang Bejuh, Desa Sesetan. Berdasarkan hasil observasi yang penulis peroleh ditemukan beberapa permasalahan yang dimiliki oleh mitra antara lain yaitu kurangnya pemahaman mitra tentang media sosial dan media cetak sebagai media promosi. Mengetahui permasalahan yang dialami oleh mitra di masa pandemi covid-19 ini, penulis

berinisiatif untuk membantu usaha Anggun Kebaya sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan yang dimiliki oleh mitra .

PERUMUSAN MASALAH

Mengacu dari hasil analisis situasi yang didapatkan setelah turun ke lokasi, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi yaitu:

1. Mitra belum memiliki akun media sosial dan kurangnya pemahaman mitra tentang pemanfaatan sosial media untuk media promosi *online*.
2. Kurangnya pemahaman mitra tentang pembuatan spanduk usaha untuk media promosi cetak.
3. Kurangnya inovasi dan kreatifitas mitra terhadap penataan dan pengemasan produk.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Program kerja ini adalah program rintisan karena program ini baru pertama kali dilakukan pada UMKM milik Bu Ayu. Adapun solusi yang dapat penulis berikan kedalam program kerja dalam kegiatan pengabdian masyarakat pada usaha Anggun Kebaya yaitu :

1. Membuatkan akun media sosial untuk usaha mitra .
2. Membantu mitra dalam pembuatan spanduk usaha untuk media promosi cetak
3. Membantu penataan produk dan pengemasan untuk usaha mitra .

METODE PELAKSANAAN

Dalam tahapan pelaksanaan kegiatan dapat dilakukan secara daring maupun tatap muka dengan mitra dengan menerapkan protokol kesehatan . Mekanisme kerja yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Observasi dan minta izin dengan mitra yang ingin dibantu selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan menaati protokol kesehatan.
2. Mencatat permasalahan yang dihadapi mitra untuk selanjutnya memberi beberapa solusi terkait dengan permasalahan nyata yang dihadapi oleh mitra.
3. Melakukan program kerja berupa pengarahan, pendampingan dalam pembuatan akun media sosial , membantu dalam pembuatan spanduk usaha yang dapat digunakan untuk melakukan promosi dan membantu penataan dan pengemasan produk hingga menjadi lebih menarik .
4. Mengevaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat .

5. Menganalisis hasil pelaksanaan kegiatan untuk mengetahui keefektifan kegiatan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan di usaha Anggun Kebaya yang berlokasi di Desa Sesetan, Banjar Lantang Bejuh pada tanggal 28 Juli 2021 sampai dengan tanggal 5 September 2021. Program program yang dilaksanakan telah berhasil membantu dan mendampingi mitra dengan beberapa keterampilan yaitu pembuatan media sosial seperti *instagram* dan membantu mempromosikan produk UKM dengan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi *online* serta membantu membuatkan spanduk sebagai media promosi cetak dan membantu penataan dan pengemasan produk .



Gambar 1. Pendampingan Pembuatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Online



Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Spanduk Sebagai Media Promosi.



Gambar 3. Pendampingan Penataan Dan Pengemasan Produk .

Adapun rekapitulasi hasil kuesioner masyarakat dan UMKM di lingkungan Banjar lantang Bejuh, Desa Sesetan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.Rekapitulasi Kuesioner Upaya Peningkatan Penjualan Pelaku

No.	Soal Kuesioner	Jumlah Responden	Presentase Jawaban Benar		Hasil Perbandingan
			Sebelum	Sesudah	
1.	Apakah para pelaku umkm juga terkena dampak dari pandemi covid-19 ?	10	80%	100%	+20%
2.	Apakah media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media promosi ?	10	70%	100%	+30%
3.	Apakah ada peningkatan penjualan setelah melakukan promosi online ?	10	50%	100%	+50%
4.	Apakah ada peningkatan penjualan setelah melakukan penataan dan pengemasan produk ?	10	60%	100%	+40%

Berdasarkan Tabel 1. upaya peningkatan penjualan pelaku UMKM di Banjar Lantang Bejuh, Desa Sesetan maka tanggapan responden terhadap pertanyaan kuesioner pertama terjadi peningkatan 20%, pertanyaan kedua terjadi peningkatan 30%, pertanyaan ketiga terjadi peningkatan 50%, dan pertanyaan keempat terjadi peningkatan 40%. Dari persentase tersebut maka bahwa mitra dapat mengetahui dan juga memahami bagaimana cara menggunakan sosial media dan memanfaatkan media cetak sebagai media promosi untuk bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan juga lebih memaksimalkan tempat yang ada serta mendambakan kreativitas mitra untuk mengembangkan kemasan. Kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dikarenakan adanya partisipasi dari mitra yang sangat aktif mendukung semua kegiatan yang dilaksanakan. Hal ini membuktikan bahwa program kerja berjalan dengan baik dan lancar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui penggunaan media sosial UMKM dapat memperluas jaringan promosi dan jangkauan wilayah pemasaran. Selain itu, menggunakan media sosial juga dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen, meskipun dalam kondisi pandemi yang membatasi adanya kegiatan bertatap muka. UMKM tetap bisa menghasilkan kinerja yang optimal dalam hal peningkatan volume pendapatan, penambahan konsumen baru dan juga kenaikan pada laba penjualan melalui sarana media sosial. Penggunaan media sosial juga terbukti berpengaruh terhadap kemampuan inovasi dan kemampuan *branding* karena dengan menggunakan media sosial, UMKM dapat memperoleh beragam ide baru yang dapat mendorong adanya kemampuan UMKM untuk melakukan inovasi. Melalui penggunaan media sosial pula UMKM bisa mengkomunikasikan merk dengan lebih konsisten dan memastikan bahwa aktivitas-aktivitas tersebut berhasil mendapatkan perhatian dari konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreni, M. 2021. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran selama Pandemi Covid-19 dengan Mediasi Kemampuan Inovasi dan Kemampuan Branding (Studi pada Pelaku UMKM yang Menggunakan Media Sosial). *Jurnal Ilmu Manajemen*
- Pradiani, T. 2018. Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
- Sulaksono, J. 2020. Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation journal*, 4(1),41-47.

Sunardi, Nardi. Lesmana, Rosa. Kartono. Rudy. Hasbiyah, W. 2020. Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Abdi Masyarakat*, 2(1), 75–86.