

UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN DENGAN PERLUASAN PROMOSI MEDIA SOSIAL PADA SATAK BANTEN BALI DI MASA PANDEMI COVID-19

Ni Kadek Dwi Ayu Damayanti¹⁾, Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja²⁾,
Tiara Carina³⁾

¹⁾²⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
Email : cempakadewi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Dalam situasi seperti saat ini, ternyata masih ada sektor yang masih terus berdenyut bahkan menjadi penopang sektor lain agar tetap bergerak. Sektor tersebut adalah usaha mikro kecil menengah {UMKM} yang dengan berbagai kebijakan pembatasan untuk mencegah Covid-19, masih mampu bergerak. Hal inilah yang membuat usaha UMKM mengubah strategi penjualan melalui skema digitalisasi yaitu memanfaatkan *instagram* dan *tiktok* sebagai teknik pemasaran. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan pemasaran *online* dalam pandemi Covid-19 pada mitra Satak Banten Bali terhadap penjualan produk, melalui pemberian edukasi kepada karyawan dan meningkatkan promosi melalui media sosial. Setelah dilakukan pendampingan, penjualan produk mitra mengalami peningkatan. Dalam rangka mempertahankan hasil peningkatan produk mitra, maka pendampingan secara berkelanjutan perlu dilakukan agar tercapainya tujuan UMKM mitra.

Kata kunci : Covid-19, Promosi, Intsagram, Tiktok, Pemasaran

ANALISIS SITUASI

Penyakit corona virus 2019 atau Corona Virus Disease-19 (COVID-19) adalah infeksi saluran pernapasan yang disebabkan oleh jenis virus corona. Menyebarnya wabah COVID-19 ini hingga ke wilayah Indonesia, termasuk Provinsi Bali, tentu sangat mengkhawatirkan semua pihak, karena pandemi Covid-19 selain berdampak pada kesehatan masyarakat, juga sangat berdampak bagi perekonomian di Indonesia. Penanggulangan wabah ini, membutuhkan keterlibatan terpadu dari semua pihak, seperti pemerintah, pihak swasta, dunia usaha, perguruan tinggi (PT), serta masyarakat. Di Indonesia salah satu kebijakan pemerintah adalah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk menekan penyebaran virus ini.

Pelaksanaan PPKM di Bali, membatasi kegiatan keagamaan sehingga menurunkan omzet para penjual *banten* (sarana upacara adat di Bali) serta sarana upacara keagamaan lainnya. Satak Banten Bali merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang sarana upacara keagamaan umat Hindu dan sudah berpengalaman dalam bidangnya. UMKM “Satak Banten Bali” menjual berbagai macam alat serta sarana upacara keagamaan dengan berbagai jenis tingkat upacara keagamaan. UMKM ini

beralamat di Jl. Trengguli GG 14a No.2, Denpasar, Desa Adat Tambawu Kecamatan Denpasar timur.

Penduduk Desa Adat Tambawu memiliki mata pencaharian yang beragam. Sebagian penduduk di Desa Adat Tambawu menjadi wirausaha. Salah satu UMKM yang ada di Desa Adat Tambawu yaitu “Satak Banten Bali”. Pada masa pandemi COVID-19 ini, usaha mikro dan kecil menengah (UMKM) terkena dampak pandemi COVID-19, sehingga UMKM tersebut mengalami penurunan pendapatan. Melihat kondisi tersebut, melalui kegiatan pengabdian masyarakat membantu UMKM melakukan pengembangan inovasi dan transformasi *digital*.

Inovasi tersebut bisa dalam bentuk produk dan membaca peluang bisnis. Selain itu, UMKM dinilai memiliki *fleksibilitas* untuk mengambil peluang lainnya sehingga bertransformasi dengan mengikuti situasi dan perkembangan di masyarakat. Selama masa pandemi ini, Satak Banten Bali terdampak pada menurunnya omzet penjualan produk hingga 50% padahal penjualan adalah hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Untuk mengatasi penurunan penjualan di UMKM ini maka kegiatan promosi secara *online* sangat perlu dilakukan.

Saat ini promosi secara *online* sangat gencar dilakukan oleh banyak perusahaan. Promosi *online* adalah penggunaan data dan aplikasi elektronik untuk perencanaan dan pelaksanaan konsep, distribusi, promosi, dan penetapan harga untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi (Nugrahaningsih, 2020). Pemasaran melalui *e-commerce* dan media sosial membuat pelaku bisnis UMKM dapat langsung berkomunikasi dengan pembelinya, sehingga mereka dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar (Mukhsin, 2019).



Gambar 1. Pemilik Satak Banten Bali



Gambar 2. Produk dari Satak Banten Bali

Dilihat dari cara promosi, selama ini Satak Banten Bali tidak mempunyai media untuk promosi karena komunikasi hanya mengandalkan dari mulut ke mulut (*wort of mouth*) dari satu pelanggan ke pelanggan yang lain. Hal ini menjadikan Satak Banten Bali kesulitan untuk mempromosikan produknya dan mengembangkan pasarnya. Banyak jenis produk banten yang seharusnya dapat dipromosikan sehingga dapat memberikan informasi bagi masyarakat mengenai produknya yang akhirnya dapat meningkatkan penjualan. Selain itu mitra juga tidak mempunyai kartu nama untuk memudahkan pelanggan mengetahui apa saja yang disediakan oleh Satak Banten Bali.

Pada masa pandemi, setiap orang harus menjalani protokol kesehatan (prokes) dengan taat untuk mencegah penyebaran penyakit. Satak Banten Bali selama ini belum menyadari akan pentingnya menjalankan prokes yang taat, padahal banyak tenaga yang dilibatkan dalam proses pembuatan *banten*. Hal ini selain akan mempengaruhi kesehatan, penerapan prokes juga akan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat pada tempat usahanya.

PERUMUSAN MASALAH

1. Kurangnya informasi mengenai UMKM kepada masyarakat, karena UMKM ini masih tergolong baru dan belum dikenal luas.
2. Menurunnya daya jual UMKM di masa pandemic sehingga diperlukan inovasi baru untuk menarik daya beli konsumen pada Satak Banten Bali.

3. Kurangnya pemahaman akan protokol kesehatan di masa pandemi dalam kegiatan produksi di Satak Banten Bali.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan dari rumusan masalah yang diangkat dan dari hasil observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM, berikut adalah solusi yang dapat diberikan, dan dituangkan ke dalam satu program kerja antara lain :

1. Melakukan sosialisasi strategi pemasaran produk di media sosial dan pembuatan kartu nama UMKM.
2. Membuat inovasi paket banten untuk menarik daya beli konsumen pada Satak Banten Bali.
3. Melakukan penerapan protokol kesehatan dalam pelaksanaan pembuatan sarana upakara di tempat produksi Satak Banten Bali.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Desa Tambawu kelurahan Penatih Kecamatan Denpasar Timur. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat, metode pendekatan yang di gunakan adalah pendekatan partisipatoris, di mana partisipasi masyarakat dapat diakomodasi oleh teknologi, informasi dan komunikasi (Tundjungsari, 2011:42-43). Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tahapan yang meliputi:

- 1) Tahap komunikasi, baik secara daring maupun langsung.
- 2) Tahap edukasi, baik secara daring maupun langsung.
- 3) Tahap simulasi, yang meliputi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan.

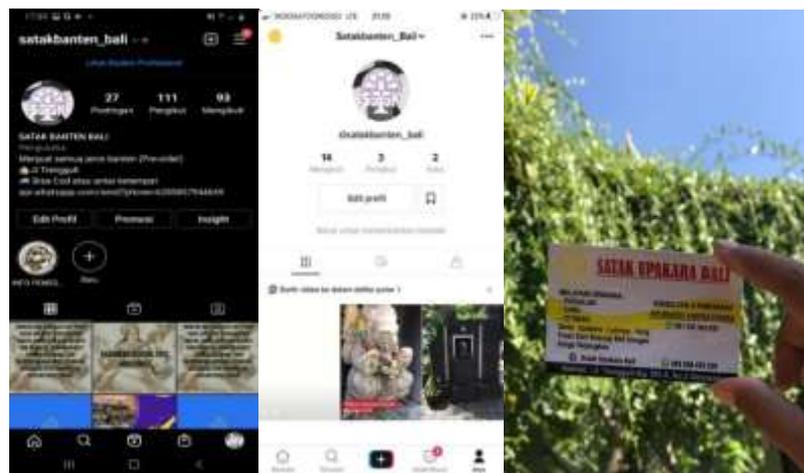
Pada kegiatan pertama melakukan sosialisasi pada UMKM Satak Banten Bali tentang bagaimana cara memasarkan produknya dengan menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Tiktok*, dengan harapan produk yang dimiliki oleh UMKM Satak Banten Bali dapat di ketahui oleh banyak orang. Pemasaran lewat media sosial akan menyebabkan dikenalnya produk dari Satak Banten Bali tersebut sehingga memunculkan orderan /pesanan dari aplikasi media sosial tersebut. Kegiatan Pengabdian juga memberikan edukasi dan pelatihan kepada pemilik dan karyawan UMKM Satak Banten Bali bagaimana cara membuat akun *instagram* dan *tiktok*, dan bagaimana cara mengunggah produknya ke mediasosial dengan memberikan *hashtag* yang menarik. Pada tahap kedua yaitu memberikan inovasi baru terhadap UMKM Satak Banten Bali dalam hal membuat produk yang lebih menarik seperti membuat paket *banten*, dengan harapan dengan dibuatnya paket *banten* ini dapat menarik daya jual dari produk UMKM Satak Banten Bali. Pada tahap yang ketiga adalah dengan melakukan edukasi mengenai protokol kesehatan kepada mitra.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat dalam Upaya Peningkatan Penjualan Dengan Perluasan Promosi Melalui Media Sosial Pada Satak Banten Bali Di Masa Pandemi Covid-19 telah berhasil dilaksanakan dan ditingkatkan melalui komunikasi dan edukasi secara daring maupun langsung (*offline*), serta sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Adapun kegiatan yang dilakukan dalam memberikan solusi terhadap permasalahan dari UMKM adalah sebagai berikut.

1. Memberikan sosialisasi dan edukasi kepada UMKM Satak Banten Bali Mengenai promosi menggunakan media sosial dan pembuatan kartu nama guna menunjang promosi produk dari Satak Banten Bali. Memberikan sosialisasi dan edukasi yaitu dengan memberikan pengertian mengenai pentingnya promosi produk-produk kepada masyarakat sehingga tidak hanya mengandalkan cerita dari mulut ke mulut dari pelanggan sebelumnya. Pemberian edukasi untuk dapat menciptakan pemahaman mengenai keuntungan yang didapatkan apabila melakukan promosi secara berkesinambungan sehingga produk akan semakin dikenal di masyarakat dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan di masa yang akan datang. Selain itu pembuatan kartu nama yang diberikan kepada setiap pembeli atau pelanggan bertujuan untuk menunjang kegiatan promosi yang dilakukan oleh Satak Banten Bali

Untuk dapat memperkenalkan UMKM pada *platform* promosi digital maka dibuatkan akun *Tiktok* dan *Instagram* sehingga dapat melatih UMKM melakukan promosi melalui media tersebut. serta pembuatan kartu nama untuk Satak Banten Bali.



Gambar 3. Akun Instagram dan Tiktok serta kartu nama

Akun *instagram* dan *tiktok* merupakan *platform* promosi digital yang nantinya akan dikelola oleh mitra sendiri. Untuk dapat mengelola akun tersebut secara pribadi maka diperlukan pelatihan dan pendampingan agar mitra dapat *update* produk, berkomunikasi dengan pelanggan atau calon konsumen

sehingga dapat mempelancar pemberian informasi kepada masyarakat. Pembuatan kartu nama pada UMKM dan memberikannya kepada setiap pembeli agar jangkauan promosi lebih luas.

2. Melakukan inovasi baru yaitu membantu UMKM dalam membuat Paket Banten. Pembuatan paket banten ini bertujuan untuk menambah daya tarik pembeli agar melihat produk apa saja yang disediakan oleh UMKM. Di situasi pandemi seperti ini tentu saja masyarakat sekitar akan lebih hemat dalam berbelanja hal apapun, maka dengan itu Satak Banten Bali mengeluarkan inovasi baru yaitu membuat paket *banten* guna menghemat pengeluaran pembeli.



Gambar 4. Pendampingan Membuat Paket Banten dan Paket Banten

Solusi kedua untuk dapat meningkatkan kemampuan mitra dalam usahanya adalah membantu pihak UMKM dalam membuat inovasi baru yaitu paket *banten*. Pembuatan paket *banten* ini bertujuan untuk dapat menarik minat calon konsumen dikala situasi Pandemi saat ini.

3. Menerapkan protokol kesehatan kepada lingkungan di UMKM Satak Banten Bali

Di situasi pandemi Covid-19 saat ini tentu saja kesehatan menjadi hal penting yang diharapkan oleh masyarakat, hal inilah yang juga menjadi fokus pada kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Satak Banten Bali. Dengan menerapkan protokol kesehatan kepada karyawan maupun lingkungan di Satak Banten Bali diharapkan dapat menunjang pekerja mereka semakin baik dan dapat terhindar dari virus Covid-19.



Gambar 5. Menerapkan Protokol Kesehatan Kepada Karyawan di UMKM

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Kemampuan karyawan dalam melakukan dan mengelola media sosial untuk memasarkan dan memperkenalkan produk mereka telah berhasil di terapkan melalui kegiatan edukasi optimalisasi peran media sosial dalam pemasaran sarana upakara pada Satak Banten Bali di masa pandemic covid 19. Paket produk *banten* juga semakin diminati oleh masyarakat karena efisien dan efektif dalam memenuhi kebutuhan upacara. Selain itu protokol kesehatan juga sudah dilaksanakan dengan cara rajin mencuci tangan dan memakai masker untuk mencegah penyebaran penyakit. Adapun faktor-faktor yang mendukung keberhasilan kegiatan ini, mitra yang mendukung kegiatan ini, antusiasme karyawan dalam mengikuti kegiatan ini, dan tersedianya fasilitas pendukung yang memadai dalam melaksanakan kegiatan ini.

SARAN

Saran untuk UMKM Satak Banten Bali agar program kerja yang dilakukan dapat bermanfaat untuk perusahaan yaitu :

1. Kinerja karyawan terutama yang menjadi admin perusahaan agar terus ditingkatkan agar pemasaran dan promosi bisa terus dilakukan dan pendampingan secara berkelanjutan sehingga meningkatkan kemampuan karyawan dalam melakukan promosi secara *online*.

2. Pembenahan dan penambahan instalasi protokol kesehatan agar karyawan terhindar dari serangan virus Covid 19

DAFTAR PUSTAKA

Hanoatubun, S., 2020. Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1): 146-153.

Hardiwardoyo, W., 2020, Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19, *Journal of Business & Entrepreneurship*, 2(2):83-92

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. 2021. *Buku Pedoman Pengabdian Kepada Masyarakat*, Denpasar. Universitas Mahasaraswati Denpasar

Nugrahaningsih, Hartanti. 2020. Determinan Promosi Online Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 27 (2).

Mukhsin. 2019. Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan E-Commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *TEKNOKOM*, 2(1): 1-10