

PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN ARTSHOP PATUNG BATU PADAS DI DESA ADAT TEGALTAMU, KECAMATAN SUKAWATI, KABUPATEN GIANYAR

**Ni Luh Wayan Debby Oktaviani¹⁾ I Nyoman Adi Susrawan²⁾, I Nyoman
Suparsa³⁾**

Universitas Mahasaraswati Denpasar
Email: *debbyoktaviani295@gmail.com*

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 yang terus berlanjut selama hampir 2 tahun ini mengakibatkan banyak pengusaha UMKM mengalami penurunan omset bahkan ada yang gulung tikar karena sepi pembeli. Permasalahan ini tentunya juga menimpa pelaku UMKM yakni Arshop Patung Batu Padas yang ada di wilayah Desa Batubulan, Sukawati, Gianyar Bali. Berdasarkan hasil observasi dengan mitra PkM permasalahan yang ditemui pada mitra yaitu terjadinya penurunan pendapatan yang cukup pesat akibat covid-19. Hal ini terjadi karena permintaan masyarakat yang menurun dan sebagian besar omset penjualan yang di dapat dari turis-turis yang berkunjung di Desa Adat Tegaltamu berkurang. Solusi yang dapat diberikan yaitu pertama, penyuluhan/edukasi mengenai pemilihan aplikasi social media yang tepat dalam memasarkan produk seperti *Facebook* dan *Tokopedia*. Kedua melakukan pelatihan kepada masyarakat sasaran dilatih kecakapannya dalam membuat dan mengaplikasikan social dan mempromosikan produk Patung Batu Padas di Masa Pandemi Covid-19, serta dilatih dalam pembuatan design logo dan design postingan yang menarik guna mempromosikan produk di media social. Hasil PkM menunjukkan bahwa mitra PkM telah mampu memanfaatkan media sosial sebagai salah satu upaya media mempromosikan atau memasarkan produknya. Melalui kegiatan PkM ini mitra PkM merasakan manfaat menggunakan platform media sosial sebagai media promosi untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya.

Kata Kunci : Covid-19, digital marketing, social media

ANALISIS SITUASI

Desa Adat Tegaltamu, Batubulan merupakan salah satu dari 33 desa yang ada di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Dengan luas wilayah Desa Batubulan yaitu sekitar 6,44 km². Batubulan memiliki penduduk yang berjumlah sebanyak 22.754 dari 5.522 kepala keluarga (Rhismawati, 2019). Semenjak Covid-19 ditetapkan berstatus pandemi banyak sektor ekonomi domestik yang terpengaruhi.

Dampak pandemi pun dirasakan oleh UMKM yang ada di Desa Batubulan dikarenakan sulitnya berjualan ditengah pandemi seperti ini. Salah satu solusi yang bisa digunakan ialah digital marketing. Digital marketing adalah salah satu upaya yang tepat digunakan untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah brand atau produk dengan memanfaatkan media digital atau internet dengan tujuan untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Media digital yang umum digunakan

ialah marketplace seperti Facebook, Tokopedia, Bukalapak, Lazada dsb. Kelebihan dari digital marketing ialah kecepatan dalam menyebarkan informasi, jangkauannya lebih luas yang artinya hanya dengan memanfaatkan internet pihak UMKM dapat menyebarkan informasi ke seluruh dunia, dan biaya yang diperlukan lebih murah dan terbukti lebih efektif (Suryanti, 2021).

Pelaku UMKM mengatakan bahwa sebelum terjadinya pandemi seperti sekarang ini, masih banyak masyarakat di luar Desa dan turis-turis mancanegara membeli patung batu padas untuk souvenir, pajangan, ditempatkan di tempat suci dll. Pandemi ini mengakibatkan terjadinya penurunan pendapatan pada usaha yang dimilikinya. Dari kasus tersebut, membuktikan bahwa akibat pandemi ini perekonomian di Indonesia semakin melemah sehingga menyebabkan krisis ekonomi. Untuk itu perlu di dapatkannya solusi agar pelaku UMKM tetap eksis dan bertahan.

Pernyataan di atas diperkuat dengan hasil observasi yang telah dilaksanakan oleh tim pelaksana PkM pada Rabu, 28 Juli 2021 di salah satu usaha UMKM Artshop Patung Batu Padas milik Bapak. I Made Suandana. Dalam observasi tersebut diperoleh informasi bahwa di masa pandemi ini omset penjualan mengalami penurunan. Salah satu faktor yang menyebabkan menurunnya omset penjualan ini karena kurangnya pemahaman yang dimiliki oleh pemilik UMKM dalam memanfaatkan dan mengaplikasikan media digital yang dapat digunakan sebagai salah satu media dalam meningkatkan omset penjualan di masa pandemi ini. Berikut adalah permasalahan-permasalahan yang ditemukan pada saat observasi:

- 1) Minimnya pemanfaatan aplikasi yang tepat yang digunakan untuk memasarkan produk. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak I Made Suandana Pemilik Artshop dimana saya melakukan observasi dan argumen ini juga diperkuat dengan pemilik belum pernah mempromosikan produknya di Sosial Media.
- 2) Kurangnya Pemahaman Pelaku UMKM tentang memanfaatkan media digital untuk membuat desain postingan produk yang akan di publikasikan ke Social Media atau E-commerce. Hal ini sangat dipengaruhi oleh faktor ketidakhadiran dari Bapak I Made Suandana sendiri dalam membuat desain postingan produk yang menarik menggunakan aplikasi yang ada di gadget.

PERUMUSAN MASALAH

Adapun permasalahan utama yang dibahas dalam pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat (PkM) ini, diantaranya sebagai berikut.

1. Minimnya pemanfaatan aplikasi yang tepat yang digunakan untuk memasarkan produk.
2. Kurangnya Pemahaman Pelaku UMKM tentang memanfaatkan media digital untuk membuat desain postingan produk yang akan di publikasikan ke Social Media.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Menyikapi persoalan tersebut, adapun solusi yang diberikan oleh tim pelaksana PkM dapat dijelaskan pada tabel berikut ini.

No	Masalah	Solusi
1	Minimnya pemanfaatan aplikasi yang tepat yang digunakan untuk memasarkan produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan penyuluhan mengenai pemanfaatan tentang menggunakan aplikasi social media yang tepat untuk memasarkan produk. 2. Membuat akun official di berbagai platform social media seperti Facebook dan market place lainnya seperti Tokopedia untuk mempromosikan Produk. 3. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada Bapak I Made Suandana dalam menggunakan aplikasi social media tersebut.
2	Kurangnya pemanfaatan media digital dalam pembuatan desain postingan produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pendampingan kepada Bapak I Made Suandana dalam membuat desain postingan produk yang menarik untuk diposting social media. 2. Membantu membuat katalog produk untuk diberikan kepada Artshop Patung Batu Padas I Made Suandana.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan oleh tim PkM dalam memecahkan persoalan yang dihadapi oleh mitra PkM adalah melalui Penyuluhan (edukasi), Pelatihan, dan Pendampingan. Secara terperinci ketiga kegiatan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

No	Masalah	Metode Peyelesaian Masalah
1	Minimnya pemanfaatan aplikasi yang tepat yang digunakan untuk memasarkan produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyuluhan (Edukasi) Materi penyuluhan yang diberikan kepada masyarakat sasaran (Bapak I Made Suandana) adalah materi yang terkait dengan pemilihan aplikasi social media yang tepat dalam memasarkan produk seperti <i>Facebook</i> dan <i>Tokopedia</i>.
2	Kurangnya pemanfaatan media digital dalam pembuatan desain postingan produk.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Pelatihan Masyarakat sasaran dalam hal ini Bapak I Made Suandana dilatih kecakapannya dalam membuat dan mengaplikasikan social media, seperti <i>Facebook</i> dan <i>Tokopedia</i> dalam mempromosikan produk Patung Batu Padas di Masa Pandemi Covid-19, serta dilatih dalam pembuatan design logo dan design

		postingan yang menarik guna mempromosikan produk di media social.
		3. Simulasi Pada tahap ini tim pelaksana Pengabdian pada Masyarakat bersama-sama mempraktikkan cara penggunaan aplikasi <i>Facebook</i> dan <i>Tokopedia</i> sebagai media mempromosikan produk dan aplikasi Canva sebagai media pembuatan design logo, postingan dan design katalog.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Secara umum pelaksanaan PkM telah berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan tim pelaksana PkM dan mitra PkM. Secara lebih rinci ketercapaian dari hasil pelaksanaan PkM ini dijelaskan sebagai berikut.

1. Penyuluhan (Edukasi)

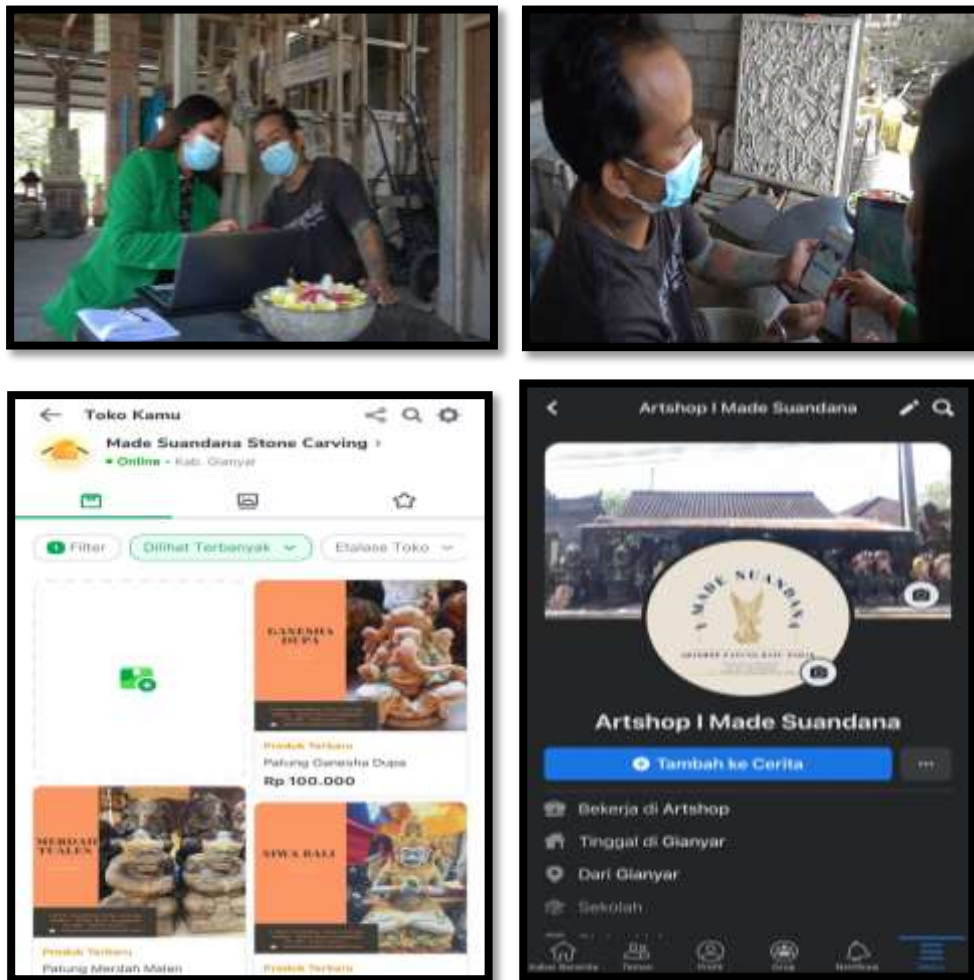
Kegiatan Penyuluhan (Edukasi) Pemilihan Sosial Media sebagai media Promosi Digital Marketing dilaksanakan pada Rabu, 04 Agustus 2021 bertempat di Arshop Patung Batu Padas milik Bapak I Made Suandana. Kegiatan ini diawali dengan pemberian pemahaman kepada mitra terkait social media yang sedang trending saat ini dan dapat digunakan sebagai salah satu media dalam memasarkan produk di tengah pandemi Covid-19. Social media marketing merupakan upaya menciptakan konten promosi di berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Tokopedia, Lazada, Shopee dan lain sebagainya. Media Sosial dianggap menjadi media yang sangat efektif untuk meningkatkan konversi penjualan (Intrepreneur, 2019). Berdasarkan hasil penyuluhan (edukasi), mitra PkM memilih *Facebook* dan *Tokopedia* hal ini dikarenakan kedua media online tersebut mudah diaplikasikan.



Gambar 1. Kegiatan penyuluhan (edukasi) pemilihan media online sebagai media promosi digital marketing

2. Pelatihan

Kegiatan pelatihan ini dilakukan pada hari Selasa, 09 Agustus 2021 bertempat di Arshop Patung Batu Padas milik Bapak I Made Suandana. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dilakukan secara tatap muka langsung dengan pemilik UMKM. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini lebih banyak difokuskan pada pembuatan official account (*Facebook dan Tokopedia*) serta cara pengoperasian social media (*Facebook dan Tokopedia*). Selama pelaksanaan pelatihan dan pendampingan Pemilik UMKM sangat antusias mengikuti kegiatan ini. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan wawasan pemilik UMKM dalam menggunakan social media sebagai media promosi di masa pandemi dan dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari Artshop milik Bapak I Made Suandana. Berikut dokumentasi pelaksanaan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan official account (*Facebook dan Tokopedia*) serta cara pengoperasian social media (*Facebook dan Tokopedia*) bersama pemilik UMKM.



Gambar. 2 Pembuatan akun official (*Facebook dan Tokopedia*) serta cara pengoperasian media sosial (*Facebook dan Tokopedia*).

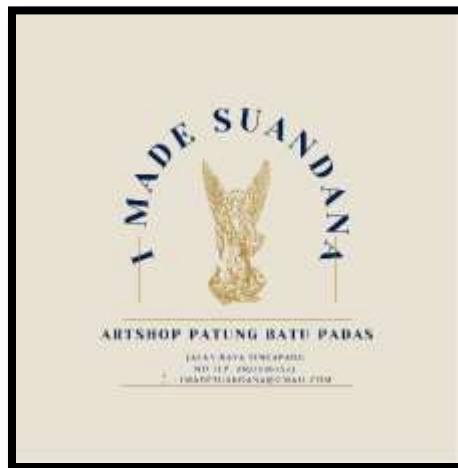
3. Pendampingan

Pada tahap ini tim pelaksana PkM mendampingi mitra PkM untuk bersama-sama mempraktikkan cara penggunaan aplikasi Canva sebagai media pembuatan iklan promosi di social media serta media dalam pembuatan katalog. Kegiatan pelatihan ini lebih banyak difokuskan pada pembuatan design logo, design postingan untuk promosi di social media dan membuat design katalog menggunakan aplikasi Canva. Sebagai pelaku bisnis yang memanfaatkan media sosial sebagai ajang untuk memasarkan dan memperkenalkan produk, pemilik UMKM pun harus bisa menciptakan sebuah konten yang menarik. Agar nantinya bisa melakukan branding dengan visual yang kuat. Selain itu, signature style atau gaya khas yang unik pada konten pun dapat menarik perhatian konsumen (Properti, 2018).

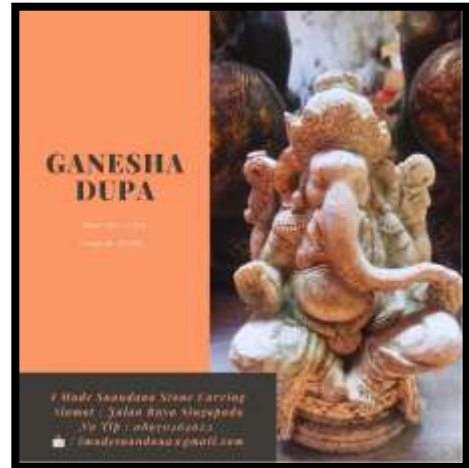
Canva dapat membantu pemilik UMKM dalam membuat desain tanpa perlu menginstall aplikasinya. Di dalam tools canva juga banyak terdapat design dan animasi yang bisa dengan mudah kita edit didalamnya tanpa perlu mendesignnya dari awal. Canva sangat cocok bagi pemula karena dengan fitur drag and Dropnya dapat membantu membuat design apapun dengan sangat cepat (Bussines, 2019). Berikut dokumentasi pendampingan yang dilakukan kepada pemilik UMKM dalam membuat design logo, postingan dan design katalog.



Gambar. 3 Pembuatan design logo, design postingan untuk promosi di social media dan membuat design katalog menggunakan aplikasi Canva.



Design Logo



Design Postingan



Design Katalog

Gambar. 4 Hasil pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi Canva sebagai media pembuatan design logo, postingan, dan katalog

Melalui kegiatan pelatihan tentang digital marketing yang dimana pemilik UMKM diberi pelatihan mulai dari cara pembuatan official account (*Facebook dan Tokopedia*), menggunakan Aplikasi canva sebagai media pembuatan postingan produk, pengambilan gambar dan video sampai cara mempromosikan produknya melalui media social. Dengan diberikannya pelatihan ini diharapkan dapat membantu dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik UMKM.

Dalam suatu program kegiatan pasti ada beberapa factor yang mendukung dan menghambat tercapai atau tidaknya sebuah program. Factor pendukung selama berjalannya program kegiatan Pengabdian kepada

Masyarakat kepada UMKM Artshop Patung Batu Padas ini yakni pemilik UMKM di lingkungan Desa Adat Tegaltamu senang dan merasa terbantu karena pemberian pemahaman mengenai perluasan promosi/pemasaran produk yang efektif, serta pelatihan untuk meningkatkan penghasilan dari pemilik UMKM dapat terpenuhi. Berjalannya kegiatan ini ditunjukkan oleh pemilik UMKM yang aktif mengikuti kegiatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pelaksanaan kegiatan.

Factor penghambat selama melaksanakan program ini yakni terbenturnya waktu pelaksanaan yang sudah disiapkan oleh tim Pelaksana PkM dengan mitra. Mitra PkM mempunyai kesibukan lain seperti Upacara Ngaben sehingga kurangnya waktu yang dimiliki oleh mitra untuk melakukan pelatihan. Namun hal tersebut bukanlah penghalang, kegiatan tetap berjalan dengan lancar, karena mitra PkM mudah memahami materi mulai dari penyuluhan, pelatihan dan pendampingan yang diberikan oleh Tim Pelaksana PkM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun hal-hal yang dapat disimpulkan dalam pelaksanaan PkM Ini adalah sebagai berikut.

1. Terjadi peningkatan pemahaman dalam manajemen pemasaran. Hal ini dibuktikan dengan Para pemilik UMKM sekarang sudah tidak mengalami kesulitan lagi dalam membuat design postingan untuk di promosikan di media social sejak diberikannya pelatihan dan pemahaman terkait penggunaan aplikasi canva sebagai media pembuatan design.
2. Terjadinya peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam membuat promosi melalui media sosial. Para pemilik UMKM saat ini sudah memasarkan produk yang dihasilkan melalui media sosial. Pemilik UMKM saat ini juga sudah bisa mengaplikasikan media social sebagai sarana penjualan melalui digital marketing di Desa Adat Tegaltamu.

Saran

Adapun hal-hal yang dapat disarankan dari hasil pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat ini adalah sebagai berikut.

1. Dinas UMKM Kabupaten Gianyar untuk lebih proaktif dalam memberikan pendampingan kepada para pemilik UMKM, sehingga baik dari segi kualitas dan kuantitas mengalami peningkatan;
2. Diperlukan adanya monitoring dan evaluasi serta pendampingan dalam memberikan pemahaman dalam manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana.

DAFTAR PUSTAKA

- Conten, Bussines. 2019. Menenal Canva dan Cara Menggunakannya untuk Design secara GRATIS. <https://idcloudhost.com/mengenal-canva-dan-cara-menggunakannya/>
- Intreprenneur, Jurnal. 2019. 8 Alasan Mengapa Social Media Marketing Dibutuhkan UKM. <https://www.jurnal.id/id/blog/social-media-marketing-ukm> .
- Properti, Nata. 2018. Pentingnya Design untuk Kebutuhan Posting Social Media dan Iklan Untuk Devloper. <http://www.nataproperty.com/tips/pentingnya-design-untuk-kebutuhan-posting-social-media-dan-iklan-untuk-devloper>
- Safitri, Farida Nur. 2020. Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia. <https://kumparan.com/faridanursafitri19/dampak-covid-19-terhadap-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-di-indonesia-1urxzc2LBXH> di akses pada tanggal 30 Juli 2021
- Rhismawati, Ni Luh. 2019. Batubulan, Desa "Tari Barong" bertabur prestasi. <https://www.antaraneews.com/berita/905853/batubulan-desa-tari-barong-bertabur-prestasi>.
- Suryanti, Made Devi. 2021. Peran Digital Marketing bagi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. <https://www.kompasiana.com/devi98/60a509f7d541df330b4b9ce2/peran-digital-marketing-bagi-umkm-di-tengah-pandemi-covid-19www.antaraneews.com/berita/905853/batubulan-desa-tari-barong-bertabur-prestasi>.