

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM DODOL NANGKA SWASTI DI MASA PANDEMI COVID-19

Ni Made Regita Dwicahya Pranya Swari¹⁾, Mochammad Taha Ma'ruf²⁾, Ketut
Sukawati Lanang Putra Perbawa³⁾
Universitas Mahasaraswati Denpasar
Email: regithadwicahya123@gmail.com

ABSTRAK

Terjadinya pandemi Covid-19 bukan hanya sekadar bencana kesehatan, namun pandemi juga telah menimbulkan dampak pada sektor pariwisata maupun ekonomi. Sebagai salah satu UMKM yang berada di desa wisata, UMKM Dodol Nangka Swasti ikut terkena imbas dari pandemi Covid-19, dimana terjadi penurunan penjualan yang cukup signifikan. Anjuran dari pemerintah yang menghimbau masyarakat untuk diam di rumah menjadi salah satu faktor terhadap penurunan omset pelaku usaha. Oleh karena itu, perlu dilakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat pada UMKM Dodol Nangka Swasti dengan tujuan membantu meningkatkan penjualan hasil produksi. Metode pelaksanaannya dilakukan dengan turun secara langsung membuat akun media sosial sebagai media promosi, memberikan pemahaman dan pengarahan kepada pelaku UMKM mengenai pemasaran melalui media sosial, dan membuat desain logo serta memperbarui kemasan. Hasil yang didapat dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah meningkatnya penjualan hasil produksi, pelaku UMKM dapat memahami pemasaran melalui media sosial dan melakukannya secara mandiri, memberikan nilai tambah pada hasil produksi dan konsumen menjadi lebih tertarik dengan kemasan yang baru.

Kata kunci : media sosial, UMKM, pandemi Covid-19

ANALISIS SITUASI

Desa Wisata Pakraman Jasri merupakan salah satu desa wisata yang terletak di Kabupaten Karangasem. Pembangunan Desa Wisata Jasri sudah direncanakan sejak tahun 2009, kemudian mulai berkembang dan dikenal luas sejak tahun 2011. Secara administratif, Desa Pakraman Jasri memiliki luas wilayah kurang lebih 445,62 ha. Desa tua yang bagian tengah wilayahnya merupakan pemukiman penduduk, dikelilingi oleh sawah dan kebun dengan tiga ruas aliran sungai, serta memiliki deretan perbukitan. Di samping itu, pada bagian selatan terbentang laut dengan pesisir pantai berpasir hitam sepanjang dua kilometer yang cukup indah menjadikan desa ini mempunyai potensi besar sebagai salah satu daya tarik wisata (Amerta, 2017).

Beberapa kegiatan yang ditawarkan kepada wisatawan di Desa Wisata Jasri antara lain *trekking*, *cycling*, *cooking class*, membuat kerajinan, dan lain sebagainya, yang mana kegiatan tersebut bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat setempat (Amerta, 2016). Dengan adanya kegiatan tersebut, masyarakatpun ikut serta

berpartisipasi dalam membangun desa wisata ini. Salah satu yang memiliki peran cukup besar yaitu UMKM yang dimiliki oleh masyarakat setempat.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dodol Nangka Swasti adalah salah satu contoh usaha mikro yang ada di Desa Wisata Pakraman Jasri, tepatnya berada di Lingkungan Jasri Kaler, Kelurahan Subagan, Kecamatan Karangasem, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali. UMKM Dodol Nangka Swasti dibangun pada tahun 1996 oleh Ni Made Suasti. Tenaga kerja di UMKM ini sebagian besar adalah ibu rumah tangga. Terjadinya pandemi Covid-19 bukan hanya sekadar bencana kesehatan, namun pandemi ini juga telah menimbulkan dampak pada sektor pariwisata maupun ekonomi. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali menyebutkan, ekonomi Bali dalam tiga bulan pertama (triwulan I) 2020 tumbuh negatif, yakni -1,14 persen, dibandingkan kondisi tahun lalu pada triwulan I-2019 (Badan Statistik, 2020). Penurunan pertumbuhan ini terjadi oleh karena merebaknya pandemi Covid-19 yang mempengaruhi pergerakan masyarakat secara individu maupun sosial (Purwahita, 2021). Aktivitas sosial dilarang dan ditunda sementara waktu, melemahnya ekonomi, pelayanan transportasi dikurangi dan diatur dengan ketat, pariwisata ditutup, pusat perbelanjaan sepi pengunjung, pedagang kaki lima dan UMKM juga mengalami penurunan pendapatan (Syafrida, 2020).

Akibat terjadinya pandemi Covid-19, Desa Wisata Jasri mengalami dampak yang cukup besar, dimana wisatawan yang datang sangat jauh berkurang. Berbagai usaha yang dimiliki oleh masyarakat setempat pun juga mengalami hal serupa. Sebagai salah satu UMKM yang berada di desa wisata, UMKM Dodol Nangka Swasti ini juga ikut terkena imbas dari pandemi Covid-19, dimana terjadi penurunan penjualan yang cukup signifikan. Anjuran dari pemerintah yang menghimbau masyarakat untuk diam di rumah menjadi salah satu faktor terhadap penurunan omset pelaku usaha.

PERUMUSAN MASALAH

1. Adanya penurunan penjualan hasil produksi dari UMKM Dodol Nangka Swasti akibat pandemi Covid-19.
2. Kurangnya pemahaman pelaku UMKM Dodol Nangka Swasti dalam memanfaatkan media sosial yang ada sebagai media promosi untuk menunjang pemasaran.
3. UMKM Dodol Nangka Swasti belum memiliki logo usaha serta pengemasan hasil produksi belum maksimal.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Membantu pelaku UMKM dalam memasarkan hasil produksinya dengan membuat akun media sosial yang ada seperti instagram sebagai media promosi. Target dari dilaksanakannya kegiatan ini adalah meningkatnya penjualan hasil produksi.
2. Memberikan pemahaman dan pengarahan kepada pelaku UMKM mengenai pemasaran hasil produksi melalui media sosial. Target dari dilaksanakannya

kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman pelaku UMKM dalam memasarkan hasil produksi melalui media sosial sehingga nantinya dapat memasarkan hasil produksinya secara mandiri.

3. Membantu pelaku UMKM dalam pembuatan desain logo usaha yang baru dan memperbarui kemasan produk yang lama. Target dari dilaksanakannya kegiatan ini adalah kemasannya menjadi lebih menarik dan meningkatnya nilai tambah dari hasil produksi.

METODE PELAKSANAAN

Pembuatan akun media sosial sebagai media promosi dilaksanakan dengan metode pendekatan berdiskusi secara langsung dengan pelaku UMKM mengenai media sosial yang akan dibuat dan mengajak pelaku UMKM untuk terlibat dalam pembuatan konten-konten yang akan dipublikasikan pada media sosial yang telah dibuat.

Pemberian pemahaman dan pengarahan mengenai pemasaran melalui media sosial dilaksanakan dengan metode secara langsung dengan memberikan pemahaman dan arahan serta melihat apakah pelaku UMKM sudah dapat memahami pemasaran yang dilakukan melalui media sosial atau belum.

Pembuatan desain logo serta pembaruan kemasan dilaksanakan dengan metode berdiskusi secara langsung dengan pemilik UMKM mengenai desain logo serta kemasan yang akan digunakan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada tanggal 28 Juli sampai dengan 4 September 2021 di UMKM Dodol Nangka Swasti. Pemanfaatan media sosial dalam mengembangkan UMKM di masa pandemi Covid-19 telah berhasil dilaksanakan yakni dengan membuat akun media sosial sebagai media promosi, pemberian pemahaman dan pengarahan kepada pelaku UMKM mengenai pemasaran melalui media sosial, serta membuat desain logo dan memperbarui kemasan.

Di masa pandemi Covid-19, UMKM menjadi salah satu yang terkena dampak dimana sebagian besar mengalami penurunan hasil penjualan yang cukup signifikan. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial menjadi salah satu hal penting untuk mengembangkan UMKM. Dengan adanya pembatasan masyarakat untuk beraktivitas di luar rumah, menjadi faktor meningkatnya penggunaan media sosial untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan masyarakat tanpa harus keluar rumah. Kegiatan pembuatan akun media sosial untuk memasarkan hasil produksi dirasa efektif dan dapat memberikan hasil yang baik untuk meningkatkan penjualan.

Media sosial dapat menjadi media untuk mempromosikan hasil produksi UMKM. Pembuatan akun media sosial dilaksanakan secara langsung berdiskusi

dengan pelaku UMKM mengenai akun media sosial yang akan dibuat serta konten-konten yang akan dipublikasikan. Setelah berdiskusi, pembuatan akun media sosial pun dilaksanakan. Dengan adanya akun media sosial, pelaku UMKM dapat memasarkan hasil-hasil produksinya maupun berbagai proses mulai dari pembuatan hingga pengemasan hasil produksi. Kegiatan pemasaran melalui media sosial yang telah dibuat memberikan hasil yaitu semakin mudahnya konsumen untuk melakukan pemesanan. Selain itu, UMKM menjadi lebih dikenal oleh khalayak luas dengan adanya media sosial, sehingga hasil penjualan hasil produksi pun dapat meningkat. Adanya teknologi seperti gawai menjadi faktor yang mendukung keberhasilan dari kegiatan ini, dimana UMKM dapat memasarkan hasil produksinya di media sosial.



Gambar 1. Pembuatan akun instagram



Gambar 2. Pembuatan konten



Gambar 3. Akun instagram UMKM Dodol Nangka Swasti

Di sisi lain, tersedianya fasilitas teknologi untuk memasarkan hasil produksi tidak berbanding lurus dengan tingkat pengetahuan pelaku UMKM dalam bermedia sosial. Oleh karena itu, dengan adanya pemberian pemahaman serta pengarahan dapat meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM dalam memasarkan hasil produksinya di media sosial. Dengan meningkatnya pemahaman mengenai pemasaran melalui media sosial, pelaku UMKM dapat memasarkan hasil produksinya secara mandiri.

Kegiatan ini dilaksanakan secara langsung, diawali dengan memberikan pemahaman mengenai pemasaran melalui media sosial serta fungsinya. Selanjutnya pelaku UMKM diberikan arahan bagaimana cara melakukannya. Setelah memahami arahan yang telah diberikan, pelaku UMKM kemudian didampingi untuk melihat apakah sudah memahami atau belum. Pelaku UMKM terlihat sangat antusias dan kooperatif dalam mendengarkan arahan yang diberikan. Pelaku UMKM yang sudah mengerti dengan arahan yang diberikan juga ikut serta dalam membimbing pelaku UMKM yang kesulitan dalam memahami arahan yang diberikan hingga menjadi paham. Kegiatan pemberian pemahaman dan pengarahan kepada pelaku UMKM ini memberikan hasil yaitu pelaku UMKM dapat memahami pemasaran melalui media sosial, serta kini dapat memasarkan hasil produksinya secara mandiri di media sosial. Keberhasilan kegiatan ini didukung oleh adanya kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya bermedia sosial sebagai upaya meningkatkan penjualan hasil produksi.



Gambar 4.
Pemberian pengarahan kepada pelaku UMKM



Gambar 5.
Pemberian pengarahan kepada pelaku UMKM

Logo menjadi salah satu hal penting untuk dimiliki oleh setiap usaha, termasuk UMKM. Dari adanya logo inilah, UMKM dapat dikenal oleh masyarakat. Namun, masih sedikit ditemukan UMKM yang memiliki logo usahanya sendiri. Oleh karena itu, hal yang dapat dilakukan adalah dengan membuat logo usaha agar UMKM Dodol Nangka Swasti dapat memiliki logo usahanya sendiri serta dapat lebih dikenal oleh khalayak luas. Pembaruan kemasan yang lama juga kami lakukan agar kemasan menjadi lebih menarik serta meningkatkan nilai tambah dari hasil produksi UMKM.

Sebelum pembuatan logo usaha serta pembaruan kemasan, dilakukan diskusi dengan pelaku UMKM mengenai desain logo serta kemasan yang akan dibuat. Usai mendapat kesepakatan, desain logo usaha serta kemasan pun dibuat. Pelaku UMKM sangat antusias dalam melaksanakan kegiatan ini, dilihat dari antusiasmenya dalam berdiskusi serta memberikan ide mengenai desain logo serta kemasan yang akan dibuat.

Pelaksanaan kegiatan ini berjalan dengan lancar dan sesuai rencana. Adapun faktor yang mendukung dalam kegiatan ini adalah adanya keinginan dari pelaku UMKM untuk membuat kemasan menjadi lebih menarik. Dari adanya kegiatan

pembuatan desain logo usaha yang baru serta pembaruan kemasan yang lama, memberikan hasil yaitu masyarakat lebih mengenal UMKM Dodol Nangka Swasti dari logo yang telah dibuat sebagai identitas dari suatu UMKM . Selain itu, dengan dibuatnya kemasan hasil produksi yang baru, respon konsumen sangat positif, dimana konsumen merasa tertarik dengan kemasan yang telah dibuat. Selain itu, dengan adanya kemasan yang baru memberikan nilai tambah dari hasil produksi.



Gambar 6. Berdiskusi dengan pelaku UMKM dalam pembuatan desain logo



Gambar 7. Pembuatan desain logo



Gambar 8. Pembaruan desain kemasan



Gambar 9. Kemasan baru



Gambar 10. Kemasan baru

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat peduli bencana COVID-19 yang dilaksanakan pada tanggal 28 Juli sampai dengan 4 September 2021 di UMKM Dodol Nangka Swasti telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana. Dengan adanya pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini, pelaku UMKM merasakan manfaat yang cukup besar dalam mengembangkan usahanya. Pelaku UMKM menjadi dapat memanfaatkan akun media sosial sebagai media promosi yakni dengan mempublikasikan konten-konten pada media sosial yang telah dibuat. Kemudian, melalui pemberian pemahaman serta pengarahan, pelaku UMKM juga dapat memahami bagaimana cara untuk memasarkan hasil produksinya di media sosial sehingga ke depannya dapat melakukan pemasaran secara mandiri. Selain itu, dengan dibuatnya logo usaha serta pembaruan kemasan yang lama, dapat memberikan nilai tambah dari hasil produksi serta konsumen menjadi lebih tertarik dengan hasil produksi yang menggunakan kemasan baru.

Kami sangat berharap program kegiatan yang telah kami lakukan dengan memanfaatkan media sosial yang ada sebagai media promosi dan menggunakan logo

serta kemasan yang baru dapat dilanjutkan dengan baik oleh pelaku UMKM guna mengembangkan UMKM di masa pandemi Covid-19 ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amerta, I Made Suniastha; I Gede Sudiarta, 2016, ‘The Potential of Desa Pakraman Jasri as Rural Tourism in the Alternative Tourism Development at Karangasem Regency’, *Internasional Journal of Linguistics, Literature and Culture (IJLLC)*, Volume 2, No.4, 190-197
- Amerta, I Made Suniastha, 2017, ‘Pengembangan Pariwisata Alternatif di Desa Pakraman Jasri Kelurahan Subagan, Karangasem’, Disertasi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana, Denpasar
- Badan Statistik Provinsi Bali No. 60/10/51/Th. XIV, 1 Oktober 2020
- LPPM Unmas., 2021, ‘Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Peduli Bencana Covid-19’, Denpasar: Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Purwahita, A.A.A. Ribeka Martha; Putu Bagus Wisnu Wardhana, I Ketut Ardiasa, I Made Winia, 2021, ‘Dampak Covid-19 Terhadap Pariwisata Bali Ditinjau dari Sektor Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan (Suatu Tinjauan Pustaka)’, *Akademi Pariwisata Denpasar: Jurnal Kajiandan Terapan Pariwisata (JKTP)*, Volume 1, No. 2
- Syafrida; Ralang Hartati, 2020, ‘Bersama Melawan Virus Covid 19 di Indonesia’, *Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-I*, Volume 7, No.6