

PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK OPTIMALISASI PENJUALAN PASCA PANDEMI COVID-19 PADA UMKM ANUGRAH JAYA PARFUM DI BANJAR DENKAYU BALERAN DESA WERDI BHUWANA

Ni Wayan Suastini¹⁾, *Ni Wayan Krismayani²⁾, Gede Mikha Giovanny Polin³⁾
Ni Luh Linda Cahyani⁴⁾

Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasaraswati Denpasar

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mahasaraswati Denpasar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: suastini28@unmas.ac.id¹, chrismayani@unmas.ac.id²

mikhagiovanny@gmail.com³, lindacahyani217@gmail.com⁴

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat sangat banyak manfaatnya baik bagi mahasiswa maupun warga setempat. Program pengabdian masyarakat kali ini dilakukan di Desa Werdi Bhuwana, Mengwi, Badung, Bali tepatnya pada UMKM Anugrah Jaya Parfum. Hasil observasi menunjukkan terdapat beberapa permasalahan yang dialami yaitu pelaku UMKM masih belum paham mengenai pemasaran beserta manfaat memasarkan produk melalui *e-commerce*. Selain itu permasalahan lainnya yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman mengenai pemasaran secara digital serta strategi pemasaran masih sangat terbatas dan dianggap kurang optimal. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, adapun solusi yang diberikan yaitu dengan mengoptimalkan pemasaran dengan beberapa cara diantaranya, (1) Membantu UMKM Anugrah Jaya Parfum dalam membangun kerjasama dengan *e-commerce Shopee*. (2) Melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran secara digital produk UMKM Anugrah Jaya Parfum. (3) Membantu UMKM Anugrah Jaya Parfum dalam pembuatan logo, spanduk, dan media sosial. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini berupa observasi, persiapan dan perancangan, wawancara, pengenalan dan pendampingan. Partisipasi mitra dalam hal ini pelaku UMKM sangatlah tinggi sehingga program pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan efektif.

Kata kunci: pengabdian masyarakat, pemasaran digital, pendampingan, UMKM

ANALISIS SITUASI

Chudzaiyah, dkk. (2021:80), “pengabdian kepada masyarakat” oleh perguruan tinggi seringkali dilambangkan sebagai suatu kegiatan sosial yang dimana pihak terkait memberikan bantuan dan pelayanan secara Tulus dan ikhlas tanpa memungut biaya apapun kepada kelompok masyarakat yang lemah, tidak mampu secara ekonomis, dan berada dalam kondisi keterbelakangan hidup.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini dilaksanakan di salah satu UMKM yang ada di desa Werdi Bhuwana, tepatnya di Br. Denkayu baleran yaitu usaha dagang pribadi Anugrah Jaya Parfum yang dimiliki oleh Bapak I Wayan Sura yang berada di Br. Denkayu Baleran Desa Werdi Bhuwana, Mengwi, Badung. Idayu, dkk (2021:74) menyatakan, usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan

usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Usaha Anugrah Jaya Parfum milik Bapak I Wayan Sura ini menjual beraneka parfum seperti parfum laundry, parfum badan, detergent cair, mesin cuci dll. Selain melayani pesanan mesin pengering berdasarkan orderan, Bapak Wayan Sura juga memiliki 2 unit toko yang terletak di Blahkiuh dan Denkayu Baleran, dan dirumahnya juga memproduksi mesin cuci ataupun setrika uap. Toko ini menjual detergent cair, detergent matic, parfum laundry, parfum badan, bahan cuci motor, setrika uap, mesin pengering, dll.

Ihza (2020:138) menyatakan pandemi Covid-19 di Indonesia dan beberapa negara di seluruh dunia sangat berdampak pada perekonomian terutama terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Banyak dampak yang diperoleh dari wabah Covid-19, seperti tenaga kerja banyak yang di PHK, kesulitan mencari barang atau bahan baku, tingkat penjualan produk menurun dan lain –lain. Sejak adanya wabah ini perekonomian tidak terkendali dan menurun. Salah satu UMKM yang terkena dampak dari pandemi COVID-19 yaitu usaha dagang pribadi Anugrah Jaya Parfum yang dimiliki oleh Bapak I Wayan Sura yang berada di Br. Denkayu Baleran Desa Werdi Bhuwana, Mengwi, Badung.

Bapak Wayan Sura selaku pemilik UMKM mengatakan jumlah pesanan mencapai lebih dari 20 kotak/hari pada hari biasa untuk dijual di warung-warung sebelum pandemi karena usaha Anugrah Jaya Parfum telah bekerjasama dengan masyarakat sekitar. Setiap masyarakat bisa memesan 5-15 parfum botol untuk badan dengan varian yang berbeda. Namun setelah adanya pandemi, masyarakat mengalami kesulitan ekonomi maka masyarakat lebih mending untuk tidak memakai parfum dan menghemat biaya.

Selain mengalami penurunan permintaan karena pandemi, dari segi pemasaran usaha Anugrah Jaya Parfum ini juga dapat dikatakan kurang optimal sehingga perlu pengkajian ulang tentang strategi apa yang bisa digunakan untuk mengoptimalkan penjualan di masa pandemi COVID-19 dan pasca pandemi seperti sekarang.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi diatas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang dialami mitra, yaitu:

1. Kurangnya pemahaman pihak UMKM Anugrah Jaya Parfum mengenai pemasaran beserta manfaat memasarkan produk melalui *e-commerce*.
2. Pemahaman yang masih kurang mengenai pemasaran produk secara digital.
3. Strategi pemasaran masih sangat terbatas dan dianggap kurang optimal.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan perumusan masalah diatas, adapun solusi yang diberikan kepada mitra, yaitu:

1. Membantu UMKM Anugrah Jaya Parfum dalam membangun kerjasama dengan *e-commerce Shopee*

2. Melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran secara digital produk UMKM Anugrah Jaya Parfum
3. Membantu UMKM Anugrah Jaya Parfum dalam pembuatan logo, spanduk, dan media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan setiap program kerja dalam strategi peningkatan pemasaran UMKM Anugrah Jaya Parfum yaitu:

1. Tahap Observasi

Ichsan (2020:86) menyatakan, Teknik observasi merupakan teknik yang sangat lazim dipakai dalam penelitian kualitatif, penelitian berbasis teknik observasi dalam kancah penelitian dunia telah lama didominasi oleh observasi dengan mengandalkan indra penglihatan (visual) sebagai alat superior dibanding indra pendengaran (auditif) yang sampai saat ini masih inferior dan minim dilakukan. Hal ini dapat kita temukan pada catatan lapangan sangat bergantung dengan apa yang kita lihat secara visual, baik oleh mata peneliti maupun mata kamera sebagai alat bantu dalam mengobservasi.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Anugrah Jaya Parfum kali ini tahap observasi awal secara langsung dilakukan dengan kegiatan wawancara pada pemilik maupun karyawan terkait UMKM beserta masalah yang sedang dihadapi serta melakukan pendataan produk UMKM Anugrah Jaya Parfum.

2. Persiapan dan Perancangan

Persiapan dan perancangan merupakan tahap yang sangat penting dalam pelaksanaan penelitian. Dalam tahap ini, peneliti harus menentukan secara jelas dan terperinci mengenai topik penelitian, tujuan penelitian, populasi dan sampel penelitian, serta metode pengumpulan data yang akan digunakan. Tahap ini mempersiapkan dan merancang program kerja yang sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan UMKM Anugrah Jaya Parfum.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Anugrah Jaya Parfum kali ini tahap persiapan dan perencanaan dilakukan dengan pengambilan foto beserta video produk UMKM Anugrah Jaya Parfum.

3. Wawancara

Trivaika, dkk (2022:34) wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan Tanya jawab langsung antara pengumpul data terhadap narasumber/sumber data.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Anugrah Jaya Parfum kali ini tahap wawancara dilakukan dengan konsultasi bersama pemilik mengenai pemasaran yang diinginkan.

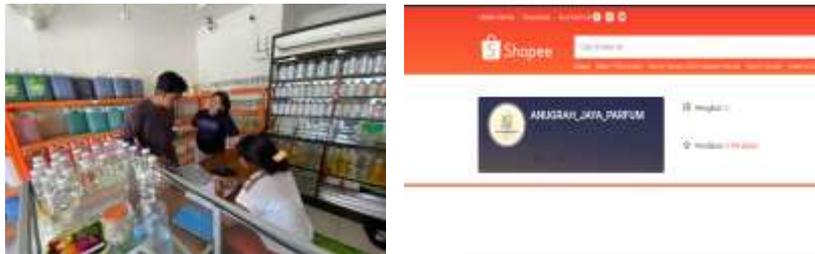
4. Perkenalan dan Pendampingan

Sari, dkk (2019:294) menyatakan, pendampingan pada UMKM diperlukan sebagai sarana peningkatan kapasitas bagi para pelaku UMKM terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat. perkenalan dan pendampingan adalah salah satu aspek penting dalam penelitian kualitatif, khususnya dalam

pendekatan fenomenologi. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, pengenalan dan pendampingan dapat dilakukan melalui pertemuan tatap muka, telepon, atau media sosial untuk menjelaskan tujuan dan kegunaan penelitian, memberikan informasi tentang partisipan dan memberikan bimbingan selama penelitian berlangsung. Mengimplementasikan program kerja melalui pengenalan dan pendampingan untuk membantu atau memberi solusi terhadap permasalahan yang dialami pelaku UMKM Anugrah Jaya Parfum

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat pada pada UMKM Anugrah Jaya Parfum adalah terealisasinya capaian program kerja dengan spesifikasi membantu UMKM Anugrah Jaya Parfum dalam membangun kerjasama dengan *e-commerce Shopee*, dengan hasil realisasi 100%. Selain itu, tim juga melaksanakan program kerja dengan spesifikasi melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran secara digital produk UMKM Anugrah Jaya Parfum, dengan hasil realisasi 100%. Disamping itu tim juga melaksanakan program kerja dengan spesifikasi membantu UMKM Anugrah Jaya Parfum dalam pembuatan logo, spanduk, dan media sosial, dengan hasil realisasi 100%



Gambar 1. Pembuatan Toko Anugrah Jaya Parfum di E-Commerce Shopee

Salah satu metode yang digunakan untuk peningkatan strategi pemasaran dan peningkatan omset penjualan Anugrah Jaya Parfum adalah dengan sistem pemasaran dan penjualan teknologi digital untuk menjangkau lebih banyak pembeli. Dalam hal ini tim membantu UMKM Anugrah Jaya Parfum untuk menjalin kerja sama dengan *e-commerce Shopee*.

Selain membantu menjalin kerjasama dengan *e-commerce*, tim juga membantu memberikan penjelasan serta pendampingan mengenai pentingnya pemasaran secara digital. Setelah itu pihak UMKM Anugrah Jaya Parfum telah menyetujui untuk melakukan pembuatan akun media sosial sebagai alat pemasaran digital. Proses ini dimulai dengan pembuatan email baru dimana alamat email tersebut adalah, anugrahjayashop.denkayu@gmail.com yang mana email tersebut akan digunakan untuk membuka akun media sosial lainnya.

Hasil capaian program kerja tim, dengan spesifikasi memberikan pendampingan pembuatan akun sosial media dan mempromosikan produk melalui akun sosial media yang telah disediakan, yakni banyaknya respon mengenai produk Anugrah Jaya Parfum melalui akun Anugrah Jaya Maupun akun tim pengabdian masyarakat yang turut membantu proses promosi UMKM Anugrah Jaya Parfum.



Gambar 2. Pembuatan Media Sosial Instagram Anugrah Jaya Parfum

Disamping melakukan pendampingan pemasaran secara digital serta membantu proses pembuatan media sosial dan toko pada *e-commerce Shoppe*, tim juga membantu UMKM Anugrah Jaya Parfum dalam pembuatan Logo toko yang akan dipergunakan menjadi label pada kemasan parfum. Selain itu tim juga membantu pengadaan stiker label kemasan serta pengadaan standing banner untuk UMKM Anugrah Jaya Parfum.



Gambar 3. Penyerahan Stiker Logo dan Standing Banner

Keberlangsungan program kerja ini tentunya didukung oleh partisipasi mitra yaitu pihak UMKM Anugrah Jaya Parfum yaitu Bapak I Wayan Sura dan karyawan Anugrah Jaya Parfum beserta anggota lainnya yang telah memberikan sambutan baik dan hangat terlihat dari cara mereka menyambut tim ketika observasi pertama kali ke lokasi UMKM dan mengatur bersama jadwal kegiatan yang sangat membantu tim dalam melaksanakan kegiatan seperti saat membantu mengisi data yang diperlukan oleh tim saat berlangsungnya pelaksanaan kegiatan program pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM



Gambar 4 . Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Partisipasi pemilik UMKM Anugrah Jaya Parfum dan karyawan sangat penting dalam kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Anugrah Jaya Parfum, dimana setiap kegiatan yang memerlukan berbagai informasi mengenai produk, harga, dan semua kegiatan yang perlu persetujuan pihak UMKM Anugrah Jaya Parfum dengan mudah bisa kami dapatkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan judul Upaya Peningkatan Strategi Pemasaran Untuk Optimalisasi Penjualan di Masa Pandemi COVID-19 pada UMKM Anugrah Jaya Parfum di Desa Werdi Bhuwana, Mengwi, Badung yang berjalan dengan lancar dan sesuai rencana. Pada bidang meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM Anugrah Jaya Parfum ini, tim bersama pihak UMKM Anugrah Jaya Parfum setuju dan berhasil membangun kerjasama dengan *e-commerce Shopee*, dengan adanya sistem pemasaran dan penjualan dengan teknologi digital UMKM Anugrah Jaya Parfum diharapkan mampu menjangkau lebih banyak pembeli.

Pada bidang pelatihan dan pendampingan pemasaran produk secara digital, Anugrah Jaya Parfum menyetujui untuk pembuatan akun sosial media sebagai alat digital pemasaran. Sebelumnya, Anugrah Jaya Parfum hanya memiliki akun *Facebook* saja yang kurang dapat leluasan membantu proses pemasaran. Setelah kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan, Anugrah Jaya Parfum memiliki akun media digital seperti *Instagram* dan *Shopee*. Karena dengan adanya *Instagram* dan *Shopee* akan lebih membantu pemasaran dan meningkatkan penjualan. Upaya optimalisasi strategi pemasaran dengan adanya akun sosial media seperti *Facebook*, *Instagram* dan

Shopee, Anugrah Jaya Parfum akan lebih mudah dalam memasarkan produk melalui sosial media. Terlebih lagi UMKM Anugrah Jaya Parfum kini sudah mempunyai logo baru yang lebih menarik, sehingga di setiap pembelian parfum *Laundry* akan di tempelkan stiker logo dari Anugrah Jaya Parfum yang tentunya dapat menambah nilai jual dan nilai estetika pada produk UMKM Anugrah Jaya Parfum.

Saran kami adalah agar kedepannya UMKM Anugrah Jaya Parfum konsisten dalam mengaplikasikan strategi pengembangan yang telah diberikan dengan cara terus aktif baik dalam pemanfaatan penggunaan media digital sebagai tempat pemasaran produk seperti *Shopee* dan *Instagram* sehingga dapat menjangkau lebih luas lagi konsumennya. Hendaknya penggunaan label toko selalu konsisten dilakukan agar menjadi ciri khas dari UMKM Anurgrah Jaya Parfum. Dengan demikian strategi pemasaran UMKM Augrah Jaya Parfum akan lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Chudzaifah, I., Hikmah, A, Pramudiani, A. (2021). Tridharma Perguruan Tinggi: Sinergitas Akademisi dan Masyarakat dalam Membangun Peradaban. *Jurnal Pengabdian dan Pendampingan Masyarakat*
- Ichsan., Ali, A., (2020). METODE PENGUMPULAN DATA PENELITIAN MUSIK BERBASIS OBSERVASI AUDITIF. *Jurnal Pertunjukan dan Pendidikan Musik*
- Idayu, R., Husni, M., Suhandi. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo Vol 7 No 1 Juni 2021*
- Ihza, K.N. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemplagi, Mojokerto). *Jurnal Inovasi Pendidikan Vol.1 No.7 Desember 2020*
- LPPM, N. (2020). LPPM. (2023). *Buku Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Sari, Y., Farida, I., Hetika. (2019). MODEL PENDAMPINGAN UMKM PENGOLAHAN HASIL LAUT DENGAN METODE PENDEKATAN PENDAMPINGAN TERINTEGRASI. *Jurnal MONEX Volume 8 Nomor. 1 Januari 2019*
- Trivaika, E., Sinubekti, M.A. (2022). Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *JURNAL NUANSA INFORMATIKA Volume 16 Nomor 1, Januari 2022*