

PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL PADA USAHA RUMAHAN YANG MUNCUL DI MASA PANDEMI

TRAINING OF DIGITAL MARKETING FOR NEW SMALL BUSINESS IN PANDEMIC TIME

Muhammad Aqshel Revinzky Nizar¹

¹ Universitas Padjadjaran, Jl. Bandung-Sumedang KM 21 Jatinangor



ARTICLE INFO

Received: 27 Mei 2021

Accepted: 6 Juni 2021

Published: 30 Juni 2021

*) Corresponding author:

aqshel@unpad.ac.id

* Available online at:

<https://jurnal.unpad.ac.id/jurnalberdaya/article/view/33804>

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 yang membuat masyarakat Indonesia dan juga seluruh dunia menjalani kehidupan sehari-harinya dengan kebiasaan baru yang penuh adaptasi, termasuk bidang pendidikan. Sudah genap 10 bulan Universitas Padjadjaran menerapkan sistem kuliah daring. Hal ini pun membuat Kuliah, Kerja, Nyata (pengabdian) tahun ini dilaksanakan secara daring atau online untuk pertama kalinya. Dengan dilaksanakannya pengabdian secara daring atau online di domisili masing-masing mahasiswa, tetap diharapkan bahwa kegiatan ini bisa membantu menyelesaikan permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat. pengabdian dengan topik Pelatihan Digital Marketing pada UMKM di Masa Pandemi yang akan melakukan pelatihan terkait digital marketing, konten yang berkaitan dengan foto dan video, copywriting, dan IG dan FB ads kepada para mitra melalui sebuah workshop dengan tujuan untuk memperkenalkan, mengedukasi, dan melatih pelaku usaha UMKM mengenai digital marketing sehingga akan melahirkan output pelaku UMKM bisa menyelesaikan permasalahan usaha mereka menggunakan pemasaran online.

Kata Kunci : pemasaran digital, umkm, pandemi, usaha rumahan.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has made people around the world live their daily lives with new habits that are full of adaptation, including the field of education. It has been 10 months since Universitas Padjadjaran has implemented an online lecture system. This also made this year's community dedication held online for the first time. With the implementation of pengabdian online or online at the domicile of each student, it is still hoped that this activity can help solve problems that exist in the community. pengabdian with the topic of Digital Marketing Training for MSMEs in the Pandemic Period which will conduct training related to digital marketing, content related to photos and videos, copywriting, and IG and FB ads to partners through a workshop to introduce, educate, and training actors MSME business regarding digital marketing so that it will produce output for MSME actors to solve their business problems using online marketing.

Keywords: *digital marketing, small-medium enterprise, pandemics, house business*

1. Pendahuluan

Pengaruh pandemi virus Covid-19 cukup memberikan dampak utamanya di bidang ekonomi, seperti halnya para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), yang dengan menurunnya produktivitas usaha, jangankan mendapatkan keuntungan, bahkan untuk mengembalikan modal saja belum tentu bisa. Pandemi telah menghancurkan sisi terpenting ekonomi yaitu supply (persediaan) dan juga demand (permintaan). Dari sisi supply banyak UMKM mengalami pengurangan aktivitas karena adanya kebijakan pembatasan interaksi sosial yang berujung pada terhentinya proses produksi, dan dari sisi demand berkurangnya permintaan atas barang dan jasa mengakibatkan banyak UMKM yang tidak dapat memaksimalkan keuntungan.

Salah satu strategi pemulihan ekonomi adalah terhubung dengan ekosistem digital, dengan cara mendigitalisasi pasar agar para pelaku usaha bisa tetap melakukan aktivitas usahanya meskipun di tengah pandemi Covid-19. Pelaku UMKM bisa mulai berubah dalam membangkitkan usaha-usahanya dan menyesuaikan diri di era new normal dengan memanfaatkan teknologi informasi (IT) di dalam bisnisnya. Namun upaya mengintegrasikan UMKM dengan ekosistem digital memerlukan keterampilan khusus yang harus dikuasai oleh para pelaku usaha UMKM. Untuk itu maka menjadi hal yang cukup penting untuk dilakukannya pendampingan kapasitas UMKM dalam peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran digital.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (Kompas, 27 Maret 2020), setidaknya terdapat 949 laporan dari pelaku koperasi serta usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang terkena dampak wabah Covid-19. Fenomena ini juga turut dirasakan oleh sejumlah UMKM di

Kabupaten Gorontalo Utara yang secara keseluruhan berjumlah 3.700 pelaku UMKM. Beberapa efek dari Wabah Covid-19 antara lain adalah penjualan UMKM mengalami penurunan, kesulitan mendapatkan bahan baku karena kegiatan supply yang dibatasi sehingga berpengaruh pada terhambatnya proses produksi, serta terhambatnya distribusi karena adanya penerapan PSBB sehingga pengiriman atau penerimaan barang kepada konsumen menjadi terlambat.

Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemampuan penggunaan media digital guna meningkatkan pemasaran dan penjualan dari UMKM.
2. Memberi pembelajaran kepada pemilik usaha kecil untuk membawa bisnis mereka menjadi lebih menguntungkan dan dikenal dari ilmu yang didapatkan dari seminar and workshop yang diadakan kelompok.

Manfaat dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM dapat menggunakan media digital dalam berjualan.

2. Metode

A. Metode Pelaksanaan

Kuliah Kerja Nyata yang bertema Workshop Digital Marketing untuk UMKM di Masa Pandemi dilaksanakan secara virtual dengan metode webinar. Webinar ini menggunakan media komunikasi online, yaitu melalui Zoom Meeting. Peserta dari webinar ini merupakan para pengusaha UMKM yang telah bermitra dengan mahasiswa KKN di lingkungannya.

Tahapan pelaksanaan diuraikan berdasarkan tahapan:

1. Tahap persiapan:

Tahap pertama yang dilakukan yaitu mencari mitra kerjasama kegiatan ini, yaitu para pengusaha UMKM. Selanjutnya, pembagian kelompok oleh dosen pembimbing lapang untuk mempresentasikan dan mempersiapkan materi. Kemudian, membagi mahasiswa menjadi beberapa divisi terkait dengan perancangan acara (seperti divisi acara, dokumentasi, dll). Lalu mempersiapkan acara dan menyusun rencana pelaksanaan kegiatan KKN.

2. Tahap pelaksanaan:

Pelaksanaan webinar dilakukan pada tanggal 6 Februari 2021 melalui platform Zoom Meeting. Webinar ini berisi empat materi, yaitu digital marketing, konten, copywriting, dan facebook & instagram ads yang disampaikan oleh empat pembicara. Pembukaan acara dimulai pada pukul 09.00 WIB dan berakhir pada pukul 11.30 WIB. Total peserta dari webinar ini dihadiri sebanyak kurang lebih 80% peserta dari berbagai UMKM yang berbeda.

3. Tahap evaluasi:

Setelah penutupan acara, tim pengabdian melakukan evaluasi pelaksanaan program. Dosen pembimbing lapangan memberikan feedback terkait acara ini. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan menyebarkan form feedback kepada para peserta webinar untuk mengetahui tanggapan mereka atas acara ini.

B. Khalayak Sasaran

Sasaran atau subyek dari acara ini merupakan para pengusaha UMKM yang baru membuka usahanya karena atau pada saat pandemi berlangsung. Selain itu, pelaku usaha UMKM dari PENGABDIAN ini merupakan UMKM yang tertarik dan membuka usahanya pada platform media sosial (berbasis digital). Hal ini bertujuan agar webinar ini dapat memberikan pengetahuan mengenai digital marketing dan dampak yang positif bagi para pelaku usaha. Lokasi yang dipilih dalam pelaksanaan webinar ini secara virtual, yaitu melalui Zoom Meeting.

Waktu pelaksanaan program dimulai dari tahap persiapan, yaitu dimulai dari tanggal 6 Januari 2021 hingga 5 Februari 2021 selama satu bulan. Pelaksanaan webinar ini dilakukan pada

tanggal 6 Februari 2021, dan tahap evaluasi dilakukan pada tanggal 6 Februari 2021 sehabis acara selesai.

3. Hasil dan Pembahasan

Persiapan pengabdian masyarakat dimulai sejak awal anggota kelompok terbentuk. Setelah mendapatkan materi yang dipilih, yaitu “Digital Marketing Overview” tim dibagi menjadi beberapa kelompok untuk memudahkan pelaksanaan kegiatan. Sebelumnya, kami melakukan riset terkait materi apa yang akan dimasukkan ke dalam modul/presentasi.

Materi dipilih sesuai dengan kebutuhan UMKM di masa pandemi ini. Materi kami susun mulai dari dasar-dasar seputar pemasaran digital, sampai dengan cara pengaplikasiannya untuk UMKM. Materi “Digital Marketing Overview” terdiri dari: Apa itu digital marketing, Jenis dan tipe digital marketing, Digital Marketing Canvas, Marketing Funnel, dan Conversion Rate. Selanjutnya, mahasiswa perlu mencari minimal dua orang mitra untuk mengikuti kegiatan workshop nanti. Mitra merupakan pemilik UMKM yang terdampak pandemi, serta memiliki keinginan untuk memperdalam pemasaran digital. Kemudian, dibuat grup WA untuk seluruh mitra, yang mana data sebelumnya diambil dari form. Nama Kegiatan ini adalah Workshop Digital Marketing untuk Usaha Rumahan yang Muncul saat Pandemi, dengan bentuk kegiatan yaitu webinar, yang bertujuan untuk memberi pengetahuan kepada UMKM untuk mengetahui lebih dalam mengenai pemasaran digital. Harapannya pemilik UMKM dapat ilmu dan informasi baru setelah mengikuti kegiatan.

Pemilik UMKM diharapkan mendapat materi mengenai pengaplikasian pemasaran digital untuk UMKM mereka. Pemasaran digital dapat mereka gunakan sebagai salah satu langkah mengembangkan bisnis yang mereka jalani. Terakhir di era pandemi seperti ini, peran pemasaran digital sangat dibutuhkan. Sasaran kegiatan adalah pemilik usaha rumahan yang muncul pada saat pandemic. Waktu pelaksanaan pada hari Sabtu, 6 Februari 2021 (09.00 - 12.00) Pelaksanaan dimulai dengan persiapan panitia mempersiapkan ruangan untuk webinar. Selanjutnya, panitia membagikan tautan kepada peserta untuk dapat masuk ke ruang webinar. Kegiatan webinar dimulai oleh sambutan dari dosen pendamping KKN. Selain MC, ada juga yang berperan sebagai moderator untuk memandu berjalannya acara. Materi pertama yang disampaikan di webinar adalah “Digital Marketing Overview” terdapat beberapa pertanyaan selama kegiatan webinar. Empat materi yang dibawakan yaitu: 1. Digital Marketing Overview 2. Digital Content 3. Copywriting 4. Facebook & Instagram Ads. Acara berlangsung sesuai rencana di awal, sehingga tidak adanya waktu berlebih.

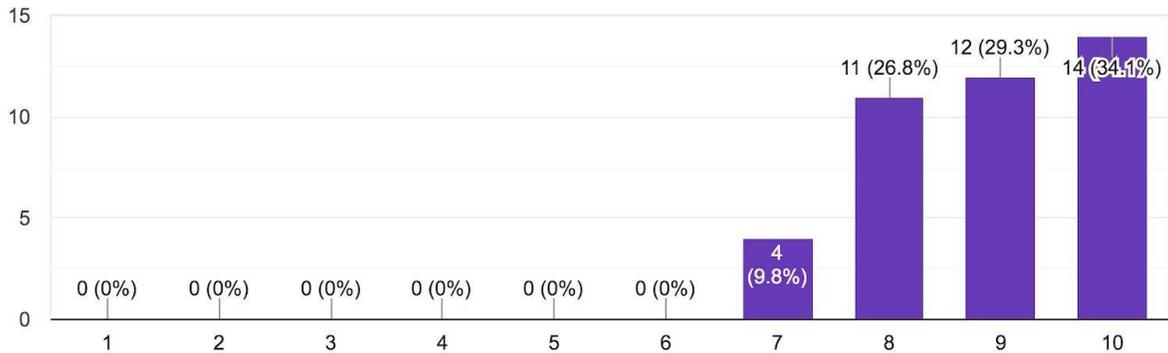
Hasil capaian yang didapatkan pada kegiatan yang dilaksanakan bervariasi. Peserta webinar dihadiri lebih dari 80% mitra yang sudah didata sebelumnya. Dari hasil evaluasi kegiatan, peserta webinar merasa puas akan materi yang disampaikan. Tindak lanjut yang dilaksanakan setelah kegiatan berupa asesmen yang diisi oleh mitra. Mitra diminta untuk memberikan pendapat mengenai keberlangsungan acara yang diikuti. Selain itu, mitra diminta untuk mengomentari apa saja masukan terhadap kegiatan yang telah diikuti. Materi kegiatan dapat diakses pada link berikut <http://bit.ly/PENGABDIAN14DM>

Kegiatan yang telah dilaksanakan yaitu dengan memberikan informasi edukasi bisnis, khususnya materi terkait digital marketing overview, content making, copywriting, dan Facebook serta Instagram Ads. Informasi yang diberikan yaitu melalui pemaparan materi pada workshop.

Survei dilakukan kepada pelaku bisnis rumahan melalui google formulir yang disebarluaskan melalui media sosial Whatsapp. Pada survei ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pelaku usaha rumahan dalam digital marketing yang dilakukan di media cetak, media online dan lainnya. Hasil survei dapat dilihat pada Gambar 1 sampai dengan Gambar 4 sebagai berikut:

Setelah mengikuti workshop, Saya mampu memaksimalkan pemanfaatan internet untuk pengembangan usaha saya

41 responses

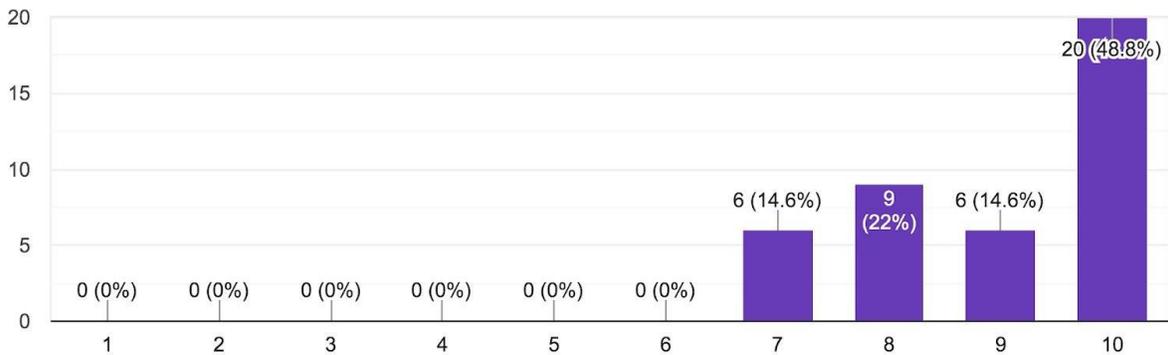


Gambar 1. Diagram pemanfaatan internet untuk pengembangan usaha.

Pada survei ini didapatkan rata-rata responden sangat setuju dengan setelah mengikuti workshop ini, mereka mampu memaksimalkan pemanfaatan internet untuk pengembangan usaha yang mereka miliki.

Setelah mengikuti workshop, Saya mampu memaksimalkan media sosial untuk pengembangan usaha saya

41 responses

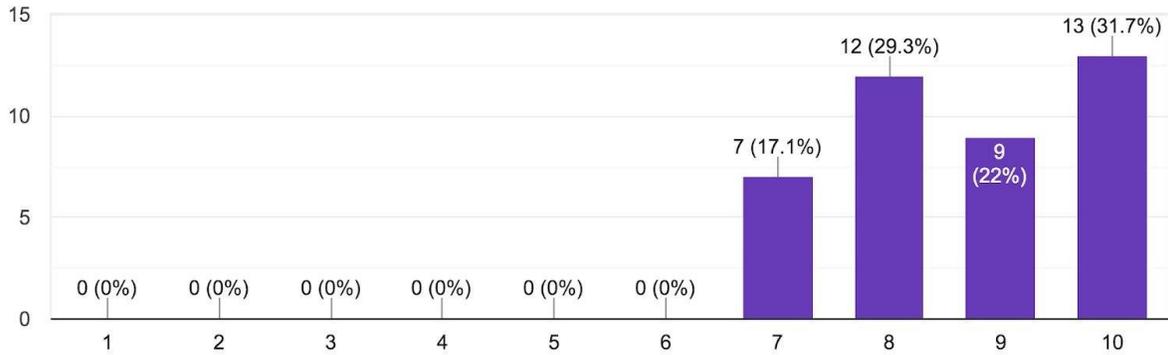


Gambar 2. Diagram pemanfaatan media sosial untuk pengembangan usaha.

Pada survei ini juga rata-rata responden sangat setuju dengan setelah mengikuti workshop ini, mereka dapat memaksimalkan media sosial untuk pengembangan usaha yang mereka miliki walaupun dalam situasi pandemi seperti sekarang ini.

Setelah mengikuti workshop, Saya mampu mengambil serta mengedit foto dan video untuk produk dengan menggunakan smartphone

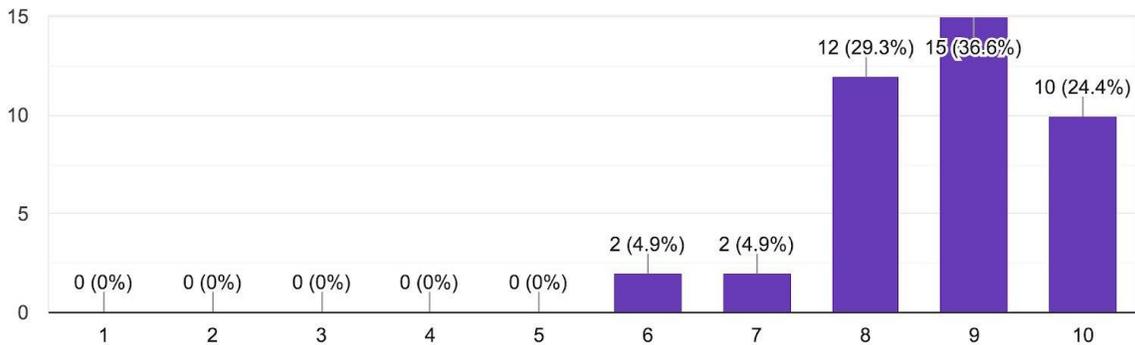
41 responses



Gambar 3. Diagram kegiatan mengedit Foto dan video untuk pengembangan usaha

Setelah mengikuti workshop, Saya mampu menyusun copywriting untuk usaha saya (menulis caption/ kalimat pemasaran)

41 responses



Gambar 4. Diagram kegiatan copywriting untuk pengembangan usaha

Pada survei ini juga rata-rata responden sangat setuju dengan setelah mengikuti workshop ini, mereka mampu mengambil video dan foto dengan baik dan juga tentunya dalam mempelajari copywriting, dan mempromosikan produk mereka menggunakan Facebook Ads dan Instagram Ads.

Pelaksanaan Pengabdian dan Perubahan yang Terjadi, dapat dilihat dari pengimplementasian pemasaran digital oleh mitra UMKM. Sebagai contohnya, penggunaan fitur di media sosial sebagai cara mengenalkan produk dan layanan yang dimiliki. Beberapa dari mitra pun sudah aktif menjalankan pemasaran digital pada usaha yang mereka jalani. Terdapat UMKM yang bisnisnya berkembang pesat setelah menggunakan pemasaran digital pada praktiknya. Rencana tindak lanjut yang akan dilakukan terhadap mitra adalah melakukan komunikasi dan pengamatan terhadap mitra. Setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian, mitra diberi kembali materi agar mempermudah jika ingin memahami lebih dalam seputar pemasaran digital. Tiap-tiap mahasiswa bertanggung jawab seminimalnya terhadap dua mitra.

4. Kesimpulan

A. Kesimpulan

Secara keseluruhan pengabdian dapat berjalan dengan baik. Anggota tim saling berkontribusi untuk dapat menjalankan pengabdian Virtual, khususnya webinar, agar dapat berjalan dengan lancar. Dari 5 anggota sub-tim pengabdian sangat aktif dan saling berkontribusi dalam pelaksanaan pengabdian. Selanjutnya, pelaksanaan webinar pun berjalan dengan baik di mana anggota sub-tim pengabdian saling membantu dan memberikan masukan untuk dapat mewujudkan webinar tersebut. Dengan jangka waktu persiapan kurang lebih satu minggu, acara tersebut dapat berjalan dengan lancar.

B. Saran

Saran untuk kewirausahaan digital marketing dari penulis adalah perlunya edukasi yang lebih banyak mengenai strategi untuk memaksimalkan pemasaran produk usaha bisnis online melalui media sosial, karena masih banyak masyarakat yang hanya sekedar menjual produknya saja tanpa adanya pengetahuan dasar-dasar dan strategi digital marketing untuk memaksimalkan pencapaian target usahanya. Lebih lanjut, saran untuk pengabdian adalah dilakukan secara offline dengan blending method, yang dilaksanakan secara offline maupun online agar dapat langsung menyentuh kepada masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh mahasiswa yang terlibat pada kegiatan pengabdian ini, dan kepada semua peserta pelatihan yang terdiri dari pengusaha kecil, rumahan, serta UMKM yang telah bersedia menjadi peserta pada kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- 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. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Werdani, R. E, Kurniawati, N.I, Sukoco, J.B., Windriya, A., Iskandar, D. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *JPPM*. Vol 4 (1).
- Susanto, E. P. (2021). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan industri rumahan menggunakan WebQual. Skripsi. Universitas 45 Surabaya.
- WHO .(2020). Transmission of SARS-CoV-2: implications for infection prevention precautions. Link:<https://www.who.int/news-room/commentaries/detail/transmission-of-sars-cov-2-implications-for-infection-prevention-precautions#:~:text=To%20the%20best%20of%20our,of%20COVID%2D19>
- Wulandari, D.S., dan Setyawati, N.W. (2019). Sosialisasi Dan Pelatihan Pemasaran Berbasis Digital Dengan Menggunakan Media Sosial Facebook Dan Instagram Bagi Industri Rumahan Di Rt 005/Rw 001, Kel. Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi. *Prosiding Seminar Nasional Santika*.