

PENTINGNYA PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI SOLUSI UMKM DALAM MENGHADAPI DAMPAK PANDEMI COVID 19

Sri Rahmaningsih^{1*)}, Miftachul Munir^{1*)}, Andi Adik S.^{2*)},

¹Prodi Ilmu Perikanan Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas PGRI Ronggolawe

²Prodi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas PGRI Ronggolawe

**)Email : rahmaningsih@sri@yahoo.co.id*

Diterima 1 Juni 2022 / Disetujui 29 Juni 2022

ABSTRAK

Pandemi yang diakibatkan oleh virus covid 19 telah berlangsung hampir 2 tahun di Indonesia. Banyak sektor yang terdampak baik dari segi ekonomi, sosial maupun tingkah laku masyarakat berubah dengan adanya pandemi ini. Termasuk sektor UMKM, banyak pebisnis kecil yang gulung tikar karena adanya pandemi ini. Hampir semua UMKM mengurangi produksi bahkan ada yang terhenti karena pemasaran sepi tidak ada penjualan sama sekali. Meskipun saat ini sudah memasuki masa era normal baru belum banyak UMKM yang bisa bangkit kembali dikarenakan modal usaha yang habis, atau karena masih sulitnya memperoleh alat dan bahan baru untuk mulai memproduksi. Selain itu dengan adanya pemasaran yang global melalui online UMKM dituntut untuk dapat meningkatkan kapasitas baik sumberdaya manusianya maupun kapasitas produk baik kualitas maupun . Tujuan dari kegiatan ini adalah melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran digital terutama UMKM yang menjadi mitra yaitu UMKM "Rega Snack", UKM "Bagorliya" dan UMKM "Bu Maa Banjarsari Product's". Metode yang dipakai dalam kegiatan ini meliputi ; survey terhadap mitra, melakukan pemotretan terhadap produk yang dihasilkan mitra dan melakukan pelatihan serta pendampingan dalam hal pemasaran secara digital. Hasil dari program pengabdian masyarakat melalui hibah DIPA UNIROW ini tim dari Universitas PGRI Ronggolawe dapat memberikan pendampingan dalam peningkatan kapasitas baik sumberdaya manusia pelaku usaha, dan pendampingan pemasaran secara digital. Hasil akhir dari program ini diharapkan UKM mitra dapat terus berjalan dengan penggunaan teknologi dalam memperluas pemasaran dengan adanya foto produk dari produk-produk yang dihasilkan mitra dan terbentuknya platform pemasaran Online di marketplace

Kata kunci : Rega Snack, Bagorilya, Bu Maa Banjarsari Product's, pandemi, pemasaran digital

ABSTRACT

The pandemic caused by the COVID-19 virus has been going on for almost 2 years in Indonesia. Many sectors have been affected both economically, socially and people's behavior has changed with this pandemic. Including the UMKM sector, many small entrepreneurs have gone out of business because of this pandemic. Almost all UMKM reduce production, and some even stop because marketing is quiet and there are no sales at all. Even though we have entered the new normal era, not many UMKM have been able to bounce back due to running out of business capital, or because it is still difficult to obtain new tools and materials to start production. In addition, with global marketing through online MSMEs are required to be able to increase the capacity of both their human resources and product capacity,

both in terms of quality and quantity. The purpose of this activity is to conduct training and assistance in digital marketing, especially UKM that are partners, namely UKM "Rega Snack" and UKM Bagorliya". The methods used in this activity include surveys of partners, taking photos of products produced by partners and conducting training and assistance in digital marketing. The results of the community service program through the UNIROW DIPA grant, the team from PGRI Ronggolawe University can provide assistance in increasing the capacity of both business actors' human resources, and digital marketing assistance. The result of this program is that partner UKM can continue to run with the use of technology in expanding marketing with product photos of products produced by partners and the formation of an online marketing platform in the marketplace.

Key words : Rega Snack, Bagorilya, Bu Maa Banjarsari Product's pandemic, digital marketing

PENDAHULUAN

Kabupaten Tuban yang terletak di propinsi Jawa Timur memiliki wilayah laut dan pesisir dengan garis pantai sepanjang ±65 km. Berdasarkan panjang pantai dan jarak batas kewenangan menurut undang-undang No 32 tahun 2004 tentang pemerintahan daerah, luas wilayah laut yang menjadi kewenangan Kabupaten Tuban yaitu 481,52 km². Secara administratif wilayah Kabupaten Tuban terdiri dari 20 kecamatan, 5 diantaranya berada di wilayah pesisir yaitu Palang, Tuban, Jenu, Tambakboyo dan Bancar (1).

Menurut Amri (2020), dampak penurunan pariwisata terhadap UMKM yang bergerak dalam usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27%. Sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1,77%, dan usaha menengah di angka 0,07%. Pengaruh virus *COVID-19* terhadap unit kerajinan dari kayu dan rotan, usaha mikro akan berada di angka 17,03%. Untuk usaha kecil di sektor kerajinan kayu dan rotan 1,77% dan usaha menengah 0,01%. Sementara itu, konsumsi rumah tangga juga akan terkoreksi antara 0,5% hingga 0,8%. Sektor ekonomi menjadi sektor yang terdampak cukup parah akibat pandemi covid-19. Pandemi covid-19 yang terjadi di

Indonesia sejak awal bulan Maret 2020 telah memaksa sebagian besar masyarakat untuk membatasi aktifitasnya agar penyebaran virus corona dapat dicegah. Hal ini berakibat berbagai sektor terkena imbasnya (Rosita, 2020). Dampak covid-19 ini juga dialami oleh pelaku UMKM di Kabupaten Tuban.

Mitra program pengabdian masyarakat ini yaitu UMKM "Rega Snack", UMKM Bagorliya" dan UMKM "Bu Maa Banjarsari Product's". merupakan UMKM yang dirintis oleh ibu rumah tangga yang mempunyai keinginan kuat untuk dapat membantu suami mensejahterakan keluarga. UMKM Rega Snack dan UMKM Bu Maa Banjarsari Product's memproduksi aneka camilan misalnya pastel kering, kripik pisang, kripik singkong untuk UMKM Bu Maa selain camilan berbahan singkong juga memproduksi Sambel Seafood Kering, Dendeng Ikan tanpa duri, Abon tewel, keripik kulit ikan, keripik kulit cumi-cumi, dll. Sedangkan UMKM Bagorlya memproduksi bawang goreng baik bawang merah maupun bawang putih goreng. Ketiga mitra teletak di desa yang sama dan cukup dekat dengan kampus UNIROW.

Mitra UMKM melihat peluang yang besar dan prospektif untuk dapat dikembangkan, mengingat Kabupaten Tuban yang terkenal sebagai Bumi Wali merupakan

salah satu destinasi wisata religi yang banyak dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai kota di Indonesia. Tercatat selama tahun 2017 menurut Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tuban terdapat lebih dari 5,7 juta orang yang berkunjung pada 17 tempat wisata dari 23 tempat wisata yang ada di Tuban baik wisata religi, alam maupun buatan. Angka ini akan terus bertambah seiring berkembangnya media sosial yang sangat membantu promosi tempat wisata tersebut

Karakteristik UMKM secara umum yaitu : system pembukuan yang sederhana, margin usaha yang cenderung tipis dengan modal terbatas, minimnya pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan dengan skala ekonomi yang terlalu kecil, keterbatasan kemampuan pemasaran dan negosiasi (Anoraga, 2010)

Permasalahan yang dihadapi saat ini oleh mitra antara lain; pembenahan label produk, peralatan yang kurang mendukung produksi, perijinan yang belum dilengkapi oleh mitra baik ijin PIRT untuk produk maupun ijin untuk legalitas UMKM, kapasitas SDM pengelola UMKM yang perlu ditingkatkan baik dalam produksi menggunakan peralatan/teknologi tepat guna maupun kapasitas manajerial UMKM dan pemasaran, terutama pemasaran menggunakan sistem daring/online. Pada masa pandemi seperti saat ini dampaknya sangat terasa dialami oleh ketiga mitra UMKM. UMKM Rega Snak pada saat sebelum pandemi dapat memperoleh hasil penjualan 7-8 jt/ bulan, maka setelah pandemi ini penghasilan yang diperoleh hanya sekitar 2-4 jt/ bulan. Demikian juga untuk UMKM Bu Maa Banjarsari Product's dan UMKM Bagorilya dampak pandemi sangat dirasakan sehingga mitra mempunyai keinginan kuat untuk dapat memasarkan produk mereka secara

digital/online, untuk itu perlu diadakan pelatihan dan pendampingan oleh tim agar UMKM mitra tetap eksis di masa pandemi ini.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan yang akan dilakukan adalah penggunaan teknologi dan perluasan akses pasar, Selain itu dilakukan pendampingan dalam pembuatan platform pemasaran modern. Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pengembangan UKM Indonesia antara lain anggota tim yang berasal dari 2 program study yang berbeda yaitu Prodi Ilmu Perikanan, dan Prodi Teknik Informatika. Selain itu pihak yang pasti terlibat adalah UMKM "Rega Snack", UKM Bagorliya" dan . UMKM Bu Maa Banjarsari Product's sebagai mitra dalam program pengabdian.

Tahapan dalam pelaksanaan program Untuk lebih jelasnya metode pelaksanaan yang akan dilakukan pada pengabdian ini tercantum pada tabel 1 dibawah ini.

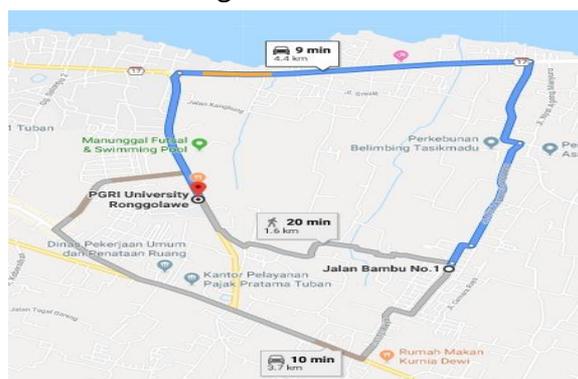
Tabel 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

| No | Kegiatan | Tujuan kegiatan | Metode yang dipakai | Pembagian tugas |
|----|-----------------------------------|--|---------------------|-----------------|
| 1 | Survei dan identifikasi kebutuhan | Memberi pemahaman tentang tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian, melakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi dan berdiskusi tentang | Pertemuan informal | Seluruh tim |

| | | | | |
|---|--|--|--|--------------------|
| | | kemungkinan solusinya | | |
| 2 | Pembuatan foto produk milik UMKM dari mitra | Membuat foto produk yang bagus dan jelas sehingga akan menjadi daya tarik untuk konsumen yang melihat di marketplace | Pemotongan langsung produk-produk UMKM mitra | Tim dari prodi TIF |
| 3 | Pertemuan dengan mitra | Memberi penjelasan tentang aplikasi yang digunakan dalam pembuatan produk dan masuk marketplace | Pertemuan formal seluruh tim dengan mitra | Seluruh mitra |
| 4 | perluasan pemasaran hasil produksi melalui sistem pemasaran online | Memperluas jaringan pemasaran | Pembuatan toko online, e-commerce mitra | Seluruh tim |

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program akan dilibatkan dalam setiap tahapan pelaksanaan kegiatan mulai dari survei identifikasi masalah, pelaksanaan program sampai pada evaluasi kegiatan. Evaluasi terhadap pelaksanaan program

kegiatan akan didasarkan pada borang evaluasi yang meliputi penerapan teknologi yang diterapkan pada mitra, peningkatan potensi daerah terutama dalam hal ini serapan penggunaan bahan baku dalam produksi mitra serta partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan. Selain itu evaluasi juga akan dilakukan terhadap integritas dan kekompakan tim pelaksana dan keberlanjutan pendampingan tim terhadap mitra selama kegiatan.



Gambar 1. Lokasi UMKM Mitra KEGIATAN

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia tahun 2018 menunjukkan jumlah unit usaha UMKM 99,9% dari total unit usaha atau 62,9 juta unit. UMKM menyerap 97% dari total penyerapan tenaga kerja, 89% di antaranya ada di sektor mikro, dan menyumbang 60% terhadap produk domestik bruto (Kemenkop dan UMKM, 2018 dalam Amri 2020). UMKM mitra mampu mempertahankan tenaga

kerja yang selama ini bekerja, hanya jam kerja yang dikurangi.

Hasil kegiatan pengabdian yang terdiri dari beberapa tahapan dapat dijelaskan sebagai berikut;

1. Hasil Kegiatan Foto Produk.

Tujuan kegiatan ini adalah agar UMKM mempunyai foto produk yang bagus dan artistik sehingga dapat meningkatkan penjualan pada *marketplace* yang akan digunakan untuk memasarkan produknya secara digital. Berikut beberapa contoh foto produk dari UMKM Mitra.



Gambar 1. Produk UMKM Rega Snack



Gambar 2. Produk UMKM BL

2. Hasil Kegiatan Sosialisasi

Sosialisasi kegiatan tentang pemasaran digital dilaksanakan pada tanggal 31 Juli 2021, dalam pelaksanaan kegiatan ini agak terlambat dari jadwal yang direncanakan dikarenakan adanya musibah yang dialami tim. Tempat pelaksanaan kegiatan juga berubah yang semula direncanakan di salah satu UMKM harus berpindah ke laboratorium TIF karena adanya pemadaman listrik di wilayah desa Tasikmadu pada hari yang direncanakan.

Materi yang diberikan pada saat sosialisasi dan pendampingan adalah materi tentang pemasaran digital, yang disampaikan oleh tim pengabdian. Adapun materi pengabdiannya adalah; Copywriting dan Pengenalan desain Canva (terlampir materi yang diberikan). Setelah pemberian materi, mitra UMKM didampingi dalam penggunaan aplikasi salah satu marketplace yaitu Shopee. Berikut foto kegiatan sosialisasi ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi pemasaran digital

Dari hasil pengabdian diatas diharapkan UMKM mitra dapat bertahan dalam masa pandemi ini. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Nabilah et al, (2021) yang menyampaikan bahwa Ada beberapa strategi yang dapat digunakan oleh UMKM untuk mempertahankan bisnisnya di masa pandemic Covid-19, yaitu (1) Melakukan penjualan melalui e-commerce. (2) Melakukan promosi produk dengan memanfaatkan internet dan media sosial. (3) Melakukan perbaikan kualitas produk dan pelayanan. (4) Customer Relationship Marketing (CRM) untuk menciptakan kepercayaan konsumen serta menumbuhkan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian yang dilakukan tim dirasakan manfaatnya oleh mitra yaitu UMKM yang tetap bertahan meskipun dimasa pandemi ini. Manfaat yang dapat diambil adalah peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dalam penggunaan HP untuk memasarkan produk secara digital yaitu melalui pemasaran modern melalui salah satu marketplace yang cukup populer di Indonesia. Selain itu juga diperolehnya foto-foto produk dari UMKM yang layak digunakan juga untuk pemasaran online melalui media sosial yang lain

B. Saran

Perlu ada kegiatan pendampingan yang berlanjut kepada UMKM terutama terkait pemasaran online, karena

pemahaman sebagian besar pelaku UMKM terhadap pemasaran digital sangat kurang. Selain itu perlu kerjasama dengan kelompok anak muda yang dapat membantu memasarkan produk secara online sehingga pelaku UMKM yang sebagian besar adalah ibu-ibu fokus pada produksi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Rektor yang telah memberikan dana untuk kegiatan pengabdian melalui Hibah DIPA Pengabdian Lembaga Pengabdian Universitas PGRI Ronggolawe melalui kontrak no. 009/SP2H/071073/LPM UNIROW/III/2021

DAFTAR PUSTAKA

- Amri A., 2020, Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia, Jurnal Brand, Volume 2 No. 1, Juni 2020 e-ISSN : 2715-4920
- Anoraga, Panji, 2010, Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro, Dwi Chandra Wacana, Yogyakarta
- Astuty Henny Sri. 2019. Praktik Pengelolaan Keuangan Wirausaha Pemula. Yogyakarta: Deepublish
- Dumiyati, Supiyanto Yudi, Astuty Henny Sri.2015. Kewirausahaan Berbasis Experiential Learning. Lamongan: CV Pustaka Ilalang
- Rosita R. 2020, Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM Di Indonesia, Jurnal Lentera Bisnis, Volume 9 No. 2. 2020. DOI : 10.34127/jrlab.v9i2.380 Volume 9 No 2, November 2020 ISSN Cetak 2252-9993, ISSN Online 2598-618X
- Nabilah S.,, Muhammad Nursan, Pande Komang Suparyana., 2021. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM (Studi kasus

teradap UMKM Zea Food Di Kota
Mataram, Jurnal Inovasi Penelitian, Vol.1
No.12 Mei 2021