

Pemasaran Online Bagi Pelaku Usaha

Sally Maria Bramana^{1*}, Rini Apriyani¹, Achmad Johan Musoddiq¹

STIE Dwi Sakti Baturaja

Jalan Prof. Dr. Hamka Nomor 541-A Sukaraya, Baturaja, Sumatera Selatan, Indonesia

*Email: sallymariabramanasemsi@gmail.com

ABSTRAK.

Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan bagi pelaku usaha dengan memanfaatkan teknologi dalam pemasaran online sehingga dapat meningkatkan volume penjualan bagi para pelaku usaha dimasa pandemi covid-19. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini adalah 1) memberikan pembinaan kepada pelaku usaha 2) Pelaku usaha yang mengikuti kegiatan ini adalah pelaku usaha yang terkena dampak dari covid-19 sehingga materi ini dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan volume penjualan melalui pemasaran online.

Kata Kunci: Pemasaran Online

ABSTRACT.

The purpose of this service is to provide training for business actors by utilizing technology in online marketing so as to increase sales volume for business actors during the covid-19 pandemic. The results of this community service are 1) providing guidance to business actors 2) Business actors participating in this activity are business actors affected by covid-19 so that this material can help business actors to increase sales volume through online marketing.

Keywords: Online Marketing



PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia sejak Maret 2020 telah menyebabkan kesulitan ekonomi bagi para pelaku usaha yang harus gulung tikar, ada pula pelaku usaha yang harus alih profesi demi menyambung hidup. Pandemi Covid-19 berdampak pada perubahan tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi bagi sebagian besar negara di dunia. Perekonomian Indonesia juga mengalami dampak signifikan, berbagai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merasakan kemacetan bisnis.

Covid -19 menyebabkan penurunan kesempatan kerja yang mengakibatkan daya beli masyarakat menurun, hal ini tentunya sangat berdampak dengan pendapatan para pelaku usaha yang kian makin merosot. Pandemi Covid-19 harus dihadapi dengan melakukan beberapa hal agar bisnis bias bertahan bahkan tumbuh yaitu dengan cara inovasi produk serta melihat peluang usaha terlebih dahulu.

Pandemi Covid-19 megakibatkan krisis kesehatan dan mengganggu aktivitas ekonomi nasional. Namun, sejumlah indikator menunjukkan pemulihan ekonomi nasional pada triwulan IV/2020 dan triwulan I/2021. Salah satu upaya pemulihan ekonomi nasional adalah mendorong sektor UMKM yang memiliki kontribusi penting dalam perekonomian nasional. Tulisan ini mengkaji kondisi UMKM terdampak pandemi Covid-19 serta upaya pemerintah dalam memulihkannya. Pandemi Covid-19 berdampak negatif pada sektor UMKM yang menyebabkan para pelakunya harus beradaptasi antara lain dengan menurunkan produksi barang atau jasa, mengurangi jumlah dan jam kerja karyawan serta jumlah saluran penjualan atau pemasaran.

Pandemi Covid-19 yang mengakibatkan menurunnya semua sektor ekonomi para pelaku usaha dituntut untuk mampu bertahan dalam masa pandemi dengan menggunakan strategi pemasaran online memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan penjualan agar terus bertahan di masa pandemic covid-19.

Pemasaran online yaitu usaha perencanaan kiat-kiat untuk menjual produk secara online. Strategi tersebut nantinya akan menghasilkan profit jika dilakukan dengan baik (Marwan, 1991). Penjualan online ini dapat dilakukan dengan menggunakan jasa iklan online, atau membuat toko di platform online.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini melibatkan para pelaku UMKM di daerah Baturaja yang berjumlah 20 peserta. Metode yang digunakan adalah tutorial, simulasi, dan latihan, serta diskusi. Tahapan kegiatan melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi melalui *pretest* dan *posttest* berupa angket untuk mengukur kemampuan para pelaku UMKM sebelum dan sesudah melakukan kegiatan pembinaan. Kegiatan pelatihan ini dilakukan selama satu hari, yaitu hari Sabtu tanggal 7 Agustus 2021 Pukul 08.00 hingga 12.00 WIB. Kegiatan pembinaan ini dilakukan di Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwi Sakti Baturaja.

Tahap persiapan dilakukan dengan meminta peserta menghadiri pembinaan, menyiapkan materi untuk pemasaran online tentang produk yang dijual. Tahapan persiapan juga dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebelum pelaksanaan dimulai (*pretest*). Tahapan pelaksanaan dilakukan dengan metode kombinasi teknik tutorial, simulasi, dan latihan, serta diskusi. Porsi terbesar dari teknik kegiatan ini adalah simulasi, latihan dan diskusi.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan memberikan materi-materi tentang pemasaran secara online. Materi yang pertama diberikan adalah tentang pemanfaatan medial sosial bagi pelaku UMKM. Materi yang kedua adalah tentang platform apa saja yang dapat digunakan sebagai media pemasaran online serta kelebihan dan kekurangannya. Materi ketiga adalah tentang tutorial pembuatan promosi secara online. Setelah memberikan materi-materi tersebut,

maka selanjutnya pelaku usaha diminta untuk memilih platform yang akan digunakan lalu melakukan promosi untuk usaha mereka. Setelah itu para pelaku UMKM dibantu dalam membuat promosi online berdasarkan platform yang dipilih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan pembinaan pemasaran secara online, para pelaku UMKM mengeluh bahwa mereka mengalami penurunan volume penjualan akibat pandemi covid-19. Penurunan penjualan dirasakan pelaku UMKM dikarenakan pandemi covid-19, bahkan tidak jarang mereka gulung tikar karna menurunnya volume penjualan. Di awal pandemi covid-19 semua masyarakat merasakan dampaknya, karena pembatasan aktivitas di luar rumah. Dengan adanya pembatasan kegiatan di luar rumah tentunya memaksa pelaku UMKM untuk tidak melakukan aktivitas perdagangan. Sehingga mengakibatkan banyak UMKM gulung tikar.

Pembatasan aktivitas di luar rumah akibat pandemi covid-19 menyebabkan perubahan yang demikian cepat pada bidang sosial, ekonomi dan budaya. Perubahan tersebut mengubah perilaku konsumen dalam berbelanja dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi seperti internet. Dengan adanya perubahan tersebut maka para pelaku UMKM harus memiliki kreativitas dalam memasarkan produknya melalui media-media sosial, namun tidak semua pelaku UMKM memiliki kemampuan tersebut. Sehingga masih banyak UMKM yang tidak mampu mempertahankan usaha mereka.

Pada saat pembinaan, Pelaku UMKM diberi tiga materi tentang pemasaran secara online. Tujuan pada materi pertama adalah memperkenalkan apa itu media sosial dan manfaat dari media sosial itu sendiri. Materi kedua yang diberikan bertujuan untuk memperkenalkan platform apa saja yang dapat digunakan sebagai media pemasaran secara online, selain itu dimateri kedua ini juga menjelaskan tentang kelebihan dan kekurangan setiap platform tersebut. Dimateri terakhir para pelaku UMKM di ajarkan untuk memilih platform yang cocok untuk usaha kita, dan diajarkan bagaimana cara memasarkan produk kita melalui platform yang telah dipilih.

Setelah selesai melakukan pembinaan, para pelaku UMKM ditugaskan untuk mencoba mempromosikan secara online produk-produk yang mereka jual. Setelah mendapat pembinaan tersebut dapat dilihat bahwa para pelaku UMKM mulai ada sedikit kemajuan dan keinginan untuk mempromosikan produk-produk yang mereka jual dengan cara pemasaran online. Selain itu para pelaku UMKM tidak hanya menggunakan satu platform media sosial saja tapi menggunakan beberapa platform media sosial dalam mempromosikan produk mereka.

Pembahasan

Realisasi pemecahan masalah pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 7 Agustus 2021 dengan mengadakan kegiatan berupa workshop pemaparan, tanya jawab dan diskusi mengenai tiga materi yang disampaikan oleh : 1) Manfaat media sosial bagi UMKM yang disampaikan oleh Rini Apriyani, S.E., M.M., 2) Media yang digunakan untuk pemasaran online yang disampaikan oleh Sally Maria Bramana, S.E., M.Si. dan 3) Tutorial pemasaran online yang disampaikan oleh Achmad Johan Mushoddiq, S.E.Ak., M.M.



Gambar 1. Pemaparan Materi tentang Manfaat Media Sosial bagi UMKM.



Gambar 2. Pemaparan Materi tentang Media yang digunakan untuk Pemasaran Online.

Materi pertama yang disampaikan tentang manfaat media sosial bagi UMKM. materi ini mengenalkan apa itu media sosial dan bagaimana manfaat media sosial bagi pelaku UMKM. Materi ini mengupas tentang mengapa para pelaku UMKM harus mencoba melakukan pendekatan digital pada bisnis mereka. Menjelaskan berapa banyak pengguna masyarakat indonesia yang menggunakan internet, sehingga jika para pelaku UMKM menggunakan media internet dalam mempromosikan produknya tentu akan mendapatkan banyak keuntungan.

Materi kedua yang disampaikan tentang media yang digunakan untuk pemasaran online. Materi ini memperkenalkan apa itu media sosial secara lebih luas lagi. Selain itu juga menjelaskan kelemahan dan keuntungan dari penggunaan media sosial. Serta memperkenalkan berbagai macam platform media sosial yang digunakan untuk melakukan promosi secara online. Memperkenalkan dan menjelaskan bagaimana cara memilih platform yang sesuai dengan jenis produk yang kita jual.

Materi ketiga yang disampaikan adalah tentang tutorial pemasaran secara online. Materi ini menjelaskan strategi-strategi apa saja yang digunakan untuk membuat promosi secara online. Menjelaskan bagaimana tahapan dalam pemasaran secara online. Dan mencontohkan secara langsung bagaimana tahapan-tahapan dalam memasarkan produk secara online.

Materi pelatihan pemasaran online bagi pelaku usaha dilaksanakan dilaksanakan dalam beberapa sesi pertemuan dalam bentuk *online* virtual via Aplikasi Zoom Meeting. Materi yang diberikan oleh tim mengacu pada jadwal materi yang telah ditetapkan. Kegiatan pelatihan Pemasaran Online bagi Pelaku Usaha ini ditujukan untuk membantu para pelaku UMKM memasarkan produknya secara online agar dapat meningkatkan volume penjualan.

Berikut ini rincian pelaksanaan pembinaan pemasaran online bagi pelaku usaha terhadap pelaku UMKM di Baturaja. Kegiatan ini diikuti oleh 20 peserta. Materi yang disampaikan terdiri dari tiga materi yaitu : 1) Manfaat media sosial bagi UMKM 2) Media yang digunakan untuk pemasaran online dan 3) Tutorial pemasaran online. Dari ketiga materi tersebut dapat disimpulkan bahwa pembinaan tentang pemasaran online bagi pelaku usaha ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM untuk lebih kreatif lagi dalam mempromosikan produk yang mereka jual. Dengan adanya pemasaran secara online maka akan mempermudah pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk merek, dan tentunya memperluas pemasaran. Dengan lebih luasnya pemasaran, diharapkan akan meningkatkan volume penjualan.

Faktor Pendukung Pembinaan Pemasaran Online bagi Pelaku Usaha di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Baturaja berjalan dengan lancar. Hal ini dicapai berkat adanya dukungan dari Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) dan Dosen Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Baturaja dalam menyiapkan fasilitas tempat, serta bantuan dalam mengumpulkan audiens peserta. Kegiatan pelatihan ini disambut baik oleh Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Baturaja dan mengharapkan kegiatan pelatihan ini tetap berkesinambungan. Berkat adanya pendampingan secara individu yang dilakukan oleh tim memberikan kemudahan kepada peserta dalam memasarkan produk yang mereka jual, walaupun ada beberapa peserta yang kesulitan karena mereka belum terbiasa melakukan menggunakan media sosial dan melakukan pemasaran secara online.

Faktor penghambat kegiatan lebih lanjut, suksesnya pelaksanaan kegiatan pengabdian bukan berarti tanpa hambatan. Selama pengabdian ada beberapa hal yang diidentifikasi sebagai faktor penghambat kegiatan pengabdian diantaranya adalah tidak semua peserta dapat menggunakan media sosial. Faktor penghambat lainnya adalah minimnya kreativitas para pelaku UMKM dalam mempromosikan produk mereka secara online.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan penulisan karyatulis ilmiah ini dapat mengubah cara pandang para pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran Online, Sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya tujukan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwi Sakti Baturaja karena telah membantu dalam proses kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.

REFERENSI

- Segarwati, Yulia., Fitrananda, C. dkk. 2020. Kaibon Abhinaya : Pengembangan Pemasaran Online Untuk Pelaku Usaha di Desa Warnasari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, 45-52. <http://dx.doi.org/10.30656/ka.v2i2.2066>
- Djuraidi, Achmad. dkk. 2020. Pelatihan UMKM : Kemasan dan Desain Label Produk Bagi UMKM Kecamatan Bubutan Kota Surabaya.
- Kemendes RI. (2020). Situasi Terkini Perkembangan Novel Coronavirus (Covid-19). Retrieved August 31, 2020, from <https://covid19.kemdes.go.id/situasi-infeksi-emerging/info-corona-virus/situasi-terkini-perkembangan-coronavirus-disease-covid-19-31-agustus-2020/#.X0y2bNwzZxQ>.
- World Health Organization. (2020). World Health Organization Coronavirus Disease 2019 Global Situation 2020. Retrieved August 31, 2020, from <https://covid19.who.int/>
- Kumar, C. V. S., Mukherjee, S., Harne, P. S., Subedi, A., Ganapathy, M. K., Patthipati, V. S., & Sapkota, B. (2020). Novelty in the Gut : A Systematic Review Analysis of the



Gastrointestinal Manifestations of COVID-19. *BMJ Open Gastroenterology*, 7(e000417), 1–9. <https://doi.org/10.1136/bmjgast-2020-000417>.