

MEMBANGKITKAN PRODUKTIVITAS UMKM MITRA KREASI MELALUI STRATEGI PEMASARAN SECARA ONLINE DI DESA KESIMAN PETILAN

Anak Agung Ayu Dian Andriyani^{1*}, Rico Jonssa Aditya²

^{1,2} Fakultas Bahasa Asing, Universitas Mahasaraswati Denpasar

*Email: agungdianjepang@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 menimbulkan dampak yang signifikan bagi perkembangan Indonesia. Tidak hanya di sektor pendidikan dan pariwisata, namun di sektor ekonomi juga memberikan suatu kondisi yang sangat memprihatinkan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia. Namun akibat pandemi Covid-19, banyak pelaku UMKM menghadapi berbagai permasalahan ekonomi sehingga secara tidak langsung telah melumpuhkan roda perekonomian di Indonesia. Banyak pelaku UMKM sedang menghadapi permasalahan ekonomi, salah satunya adalah UMKM Mitra Kreasi. Mitra Kreasi adalah usaha kecil menengah yang bergerak di bidang mebel dan berlokasi di Jln. Noja Sari Gang Bunga Telang No. 99, Banjar Dukuh, Desa Kesiman Petilan, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Provinsi Bali. Permasalahan yang dihadapi oleh Mitra Kreasi meliputi berkurangnya produktivitas dan turunnya omset penjualan serta strategi pemasaran yang kurang maksimal. Ada pula permasalahan lain seperti kendala bahasa, khususnya dalam berbahasa Inggris. Strategi untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Mitra Kreasi adalah dengan mengedukasi pemasaran secara online, seperti pemanfaatan teknologi internet sebagai media promosi. Oleh karena itu, program kerja yang dilaksanakan di UMKM Mitra Kreasi meliputi kegiatan mengedukasikan tata cara pemasaran secara online melalui aplikasi Instagram sebagai media promosi, mengedukasikan cara membuat iklan untuk produk yang dipasarkan secara online melalui aplikasi Tokopedia, mengedukasikan cara pemanfaatan aplikasi seperti Pinterest dan Youtube dengan bijak untuk mencari ide desain furniture, dan mengajarkan Bahasa Inggris dasar kepada pemilik UMKM beserta pegawainya untuk memberikan wawasan dasar tentang Bahasa Inggris. Pendampingan dan pelatihan dalam memanfaatkan teknologi internet untuk membantu UMKM dalam pemasaran secara online menjadi hal yang penting untuk dilakukan.

Kata Kunci: COVID-19; UMKM; Ekonomi; pemasaran

PENDAHULUAN

I. Analisis Situasi

Menurut data yang diperoleh melalui situs resmi Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia banyak koperasi dan UMKM mengalami penurunan pendapatan akibat terdampak adanya pandemi *Covid-19* [1]. Fenomena saat ini banyak mengakibatkan munculnya berbagai permasalahan diberbagai sektor. Mulai dari sektor pendidikan memberikan nuansa baru bagi sistem pembelajaran sehingga sangat berdampak terhadap Dunia Pendidikan [2], selain itu terutama dalam sektor ekonomi yaitu dalam hal pengembangan UMKM. Salah satu wujud sumbangsih para dosen dalam menjalankan Tri Darma Perguruan Tinggi memberikan kesempatan para Dosen untuk berbagi, sehingga banyak kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan sebagai wujud implementasi

para dosen tetap peduli terhadap lingkungan sekitar serta kewajiban sebagai insan pada dunia pendidikan untuk menjalankan Tri Darma Perguruan Tinggi sesuai dengan Undang-Undang Nomor 12 tahun 2003 pasal 1 ayat 9 [3]. Di masa pandemi telah memberikan sesuatu yang bermanfaat dalam berbagai sektor. Kegiatan pengabdian untuk memberikan pengetahuan tentang pemanfaatan IPTEK dalam kegiatan Belajar Mengajar Untuk Masyarakat Pela Mampang Di Masa Pandemi [4]. Ranah pariwisata dilaksanakan kegiatan pemberdayaan Masyarakat Kandri dalam Peningkatan Potensi Wisata di Masa Pandemi *Covid-19* [5]. Diadakannya (*Virtual Traveling*) sebagai Solusi Dampak *Covid-19* pada Sektor Pariwisata di Desa Kampial [6]. Sektor yang paling terpuruk saat ini adalah sektor ekonomi terutama bagi UMKM. Yang mewajibkan para pelaku UMKM

untuk tetap bertahan dan meningkatkan kualitas serta kuantitas penjualan. Berbagai kegiatan pengabdian ikut memberikan dukungan yaitu, kegiatan pengabdian untuk memberikan peluang dan perubahan cara berpikir saat pandemi bagi UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat [7]. Peran pengabdian pada masyarakat dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menghasilkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel inovasi, pemahaman perubahan lingkungan eksternal, kinerja [8]. Sejalan dengan topik kegiatan pengabdian dalam memberikan pemahaman bagi UMKM tentang teknik pemasaran juga telah dilakukan kegiatan pengabdian dalam memberikan teknik serta strategi Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi UMKM Pasar Modern [9]. Adanya kegiatan pengabdian mengambil tema Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung [10]. Banyaknya kelemahan pemilik UKMK dalam menjalankan pemasaran secara digital sehingga kegiatan yang telah dilakukan dengan memberikan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku UMKM yang menjadi mitra [11].

Secara umum di Indonesia dan Bali khususnya di kota Denpasar juga menghadapi permasalahan yang sama terutama pada sektor ekonomi. Salah satu UMKM tersebut adalah UMKM Mitra Kreasi yang bergerak di bidang pembuatan *furniture*. Mitra Kreasi adalah usaha yang dikelola oleh salah satu pemilik usaha, memiliki empat orang pegawai. UMKM ini berlokasi di kecamatan Denpasar Timur, tepatnya di Desa Kesiman Petilan, Banjar Dukuh, Jln. Noja Sari Gang Bunga Telang No. 99. Mitra Kreasi memproduksi produk-produk *furniture* seperti meja, kursi, rak, lemari, dan segala kebutuhan untuk pengisian *furniture* rumah dan perlengkapan kantor, kafe, restaurant,.

Sebelum pandemi *Covid-19* melanda, produktivitas Mitra Kreasi masih dapat berjalan dengan baik. Namun kini, Mitra Kreasi menghadapi permasalahan ekonomi akibat dampak dari pandemi *Covid-19*. Permasalahannya seperti

menurunnya target penjualan dan daya produktivitas serta menghadapi permasalahan di aspek pemasaran karena pemilik UMKM masih mengandalkan pemasaran secara konvensional dan kurang memiliki wawasan dalam pemasaran secara online. Kondisi ini juga dihadapi oleh sejumlah UMKM, salah satunya adalah UMKM di Kecamatan Toroh Purwodadi sehingga diperlukan pemahaman dalam memasarkan produk secara digital salah satunya dengan cara pemanfaatan Media Sosial [12]. Berbagai kegiatan pengabdian masyarakat telah juga dilakukan, khususnya di Desa Adat Jimbaran yang berfokus menerapkan Digital Marketing dalam upaya meningkatkan pendapatan para nelayan yang tinggal di desa tersebut [13]. Di Desa Batubulan juga ada usaha tukang jahit rumahan Jero Wasiki yang usahanya dioptimalkan dengan pemanfaatan promosi media digital [14]. Dan usaha souvenir milik Bapak Edi dan Ibu Agung di Ubud, Gianyar yang terbantu dengan pelatihan dan pendampingan dalam membuat dan mengaplikasikan media online dalam pemasaran usahanya [15]. Kondisi iini memberikan pemahaman bahwa rata-rata teknik pemasaran pada masa digital menjadi kendala terbesar saat ini. Selain itu, Mitra Kreasi juga menghadapi permasalahan di bidang bahasa, khususnya Bahasa Inggris yang dimana pihak Mitra Kreasi terkendala saat menerima pesanan dari orang asing akibat kurangnya wawasan dalam berbahasa Inggris.

II. Solusi yang Ditawarkan

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, maka berikut adalah solusi atau program kerja yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut:

1. Memberikan edukasi dan pelatihan dalam penggunaan aplikasi media sosial seperti *Instagram* sebagai media promosi untuk meningkatkan kesadaran pembeli terhadap UMKM serta produk dan jasa yang ditawarkan.
2. Memberikan edukasi dan pelatihan dalam penggunaan aplikasi *market place* seperti *Tokopedia* sebagai sarana jual-beli secara online sekaligus untuk memperluas pemasaran produk dan jasa UMKM.

3. Memberikan edukasi dan pelatihan dalam penggunaan aplikasi berbasis foto dan video seperti *Pinterest* dan *Youtube* untuk menggali inspirasi serta mengembangkan desain *furniture* yang sesuai dengan pangsa pasar.
4. Memberikan pengajaran dasar mengenai Bahasa Inggris kepada pemilik UMKM beserta pegawainya, mulai dari struktur tata bahasa, kosakata umum, hingga tata cara berkomunikasi dalam Bahasa Inggris.
3. Memberikan edukasi tentang pentingnya pengaruh dan manfaat teknologi internet dalam memasarkan produk dan jasa UMKM.
4. Memperkenalkan aplikasi media sosial seperti *Instagram* dan memberikan bimbingan serta pelatihan cara menggunakan aplikasi tersebut untuk mempromosikan UMKM serta membuat konten-konten menarik yang dapat menarik minat pembeli.
5. Memperkenalkan aplikasi *market place* seperti *Tokopedia* dan memberikan bimbingan serta pelatihan cara menggunakan aplikasi tersebut sebagai sarana jual-beli secara online maupun untuk memperluas jaringan dan pemasaran produk dan jasa UMKM.

III. Target Luaran

Dalam mencapai hasil akhir yang maksimal dari program kerja yang telah direncanakan, maka setiap program kerja harus memiliki target luaran yang jelas sehingga kelompok sasaran yang dituju dapat merasakan dampak positif dari pelaksanaan program kerja tersebut. Berikut adalah target luaran yang dicapai dalam pelaksanaan program kerja tersebut:

1. UMKM terdaftar di *Instagram* serta memiliki konten-konten menarik yang dapat mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan oleh UMKM.
2. UMKM terdaftar di *Tokopedia* serta memiliki produk dan jasa yang ditawarkan di *market place* tersebut.
3. UMKM dapat memproduksi beberapa produk *furniture* yang akan diiklankan di akun *market place Tokopedia*.
4. UMKM memiliki modul pembelajaran tentang Bahasa Inggris dasar yang dapat dipelajari oleh pemilik UMKM beserta pegawainya.
6. Memperkenalkan aplikasi berbasis foto dan video seperti *Pinterest* dan *Youtube* dan memberikan bimbingan serta pelatihan cara menggunakan aplikasi tersebut dengan bijak untuk menggali inspirasi dan mengembangkan ide untuk memproduksi produk *furniture* yang diminati oleh pangsa pasar.
7. Memberikan pengajaran tentang Bahasa Inggris dasar kepada pemilik UMKM beserta pegawainya untuk memperluas wawasan Bahasa Inggris mereka agar dapat berkomunikasi lebih baik dengan pembeli asing.

HASIL YANG DICAPAI

Ketercapaian program kerja yang dilaksanakan selama kegiatan pengabdian masyarakat yang berlangsung di UMKM Mitra Kreasi dapat dikategorikan berjalan dengan sukses dan lancar. Selama kegiatan berlangsung, seluruh program kerja yang diusulkan dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan rencana. Permasalahan yang dialami oleh pihak mitra, seperti kurangnya kesadaran akan pentingnya pemasaran secara online melalui aplikasi *market place* seperti *Tokopedia* dan sosial media seperti *Instagram*, serta cara melakukan pemasaran menggunakan aplikasi tersebut telah dapat terbantu dengan baik melalui bimbingan dan pelatihan dalam penggunaan aplikasi tersebut dengan intensif setiap minggunya. Selain itu, permasalahan lainnya, seperti kurangnya wawasan dalam berbahasa Inggris dapat terbantu juga dengan cukup berhasil melalui pengajaran materi Bahasa Inggris dasar yang rutin diadakan setiap

METODE PELAKSANAAN

Selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, adapun metode pelaksanaan yang digunakan untuk membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh pihak mitra. Langkah-langkah metode tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Melakukan observasi ke tempat mitra dan mengidentifikasi permasalahan yang tengah dihadapi oleh UMKM melalui wawancara kepada pemilik UMKM secara langsung.
2. Memberikan sosialisasi dan meminta izin persetujuan tentang program kerja yang akan dilaksanakan kepada pemilik UMKM agar mitra mengetahui kegiatan apa saja yang akan berlangsung selama kegiatan pengabdian masyarakat.

minggunya. Serta agar pengajaran dan bimbingan tidak terlalu serius dan membosankan, tetapi tetap bermanfaat dan menyenangkan, setiap minggunya pihak mitra juga diselingi dengan bimbingan dalam memanfaatkan aplikasi berbasis foto dan video seperti *Pinterest* dan *Youtube* untuk mencari inspirasi desain *furniture* melalui foto-foto dan video yang menarik.



Gambar 1. Mengajarkan cara penggunaan aplikasi *Instagram*



Gambar 2. Mengajarkan cara penggunaan aplikasi *Tokopedia*



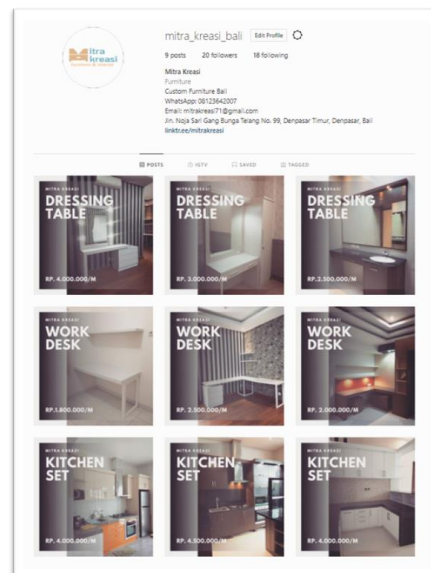
Gambar 3. Membimbing pembuatan konten marketing



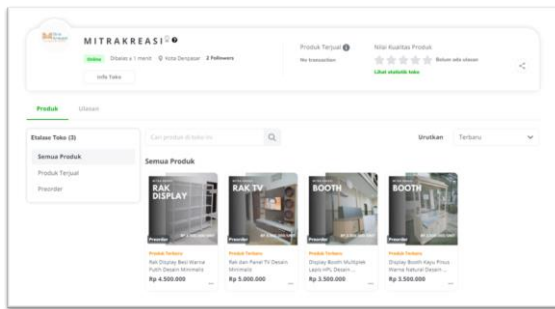
Gambar 4. Proses pembelajaran Bahasa Inggris dasar



Gambar 5. Menonton video *Youtube* tentang pembuatan *furniture*



Gambar 6. Laman akun *Instagram* Mitra Kreasi



Gambar 7. Laman akun Tokopedia Mitra kreasi

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, ada beberapa hal yang dicapai terkait dengan program kerja yang dilaksanakan di UMKM Mitra Kreasi, antara lain:

- Meningkatnya kemampuan pemilik UMKM dalam menggunakan aplikasi media sosial seperti *Instagram* sebagai media promosi usahanya. Mitra Kreasi kini telah terdaftar di *Instagram* serta memiliki konten-konten marketing yang menarik.
- Meningkatnya kemampuan pemilik UMKM dalam menggunakan aplikasi *market place* seperti *Tokopedia* sebagai sarana jual-beli produk secara online. Mitra Kreasi kini telah terdaftar di *Tokopedia* serta memiliki produk dan jasa yang ditawarkan di laman akun mereka.
- Meningkatnya keterampilan pemilik UMKM beserta pegawainya dalam mengembangkan desain *furniture* dan memproduksi produk *furniture* melalui inspirasi desain yang ditemukan dari *Pinterest* dan *Youtube*.
- Meningkatnya keterampilan pemilik UMKM beserta pegawainya dalam berbahasa Inggris melalui pengajaran secara rutin melalui modul pembelajaran.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditulis terkait dengan laporan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Mitra Kreasi, yaitu:

- Dalam masa pandemi *Covid-19*, UMKM Mitra Kreasi yang bergerak di bidang pembuatan *furniture* tengah menghadapi permasalahan ekonomi. Diketahui bahwa pemilik UMKM masih mengandalkan cara pemasaran yang konvensional dan belum pernah memasarkan usaha maupun produknya secara online. Selain itu, ada

juga permasalahan di bidang bahasa, khususnya Bahasa Inggris baik dari pemilik UMKM sendiri beserta para pegawainya yang menyebabkan kendala bahasa saat menerima pesanan dari orang asing. Hal ini menyebabkan UMKM Mitra Kreasi mengalami penurunan dari aspek pendapatan dan produktivitas.

- Adapun solusi yang ditawarkan melalui program kerja yang meliputi kegiatan mengedukasikan tentang cara pemasaran secara online melalui aplikasi *Instagram* sebagai media promosi, mengedukasikan tentang cara mengiklankan produk secara online melalui aplikasi *Tokopedia*, mengedukasikan tentang cara pemanfaatan aplikasi seperti *Pinterest* dan *Youtube* dengan bijak untuk mencari ide desain *furniture*, dan mengajarkan Bahasa Inggris dasar kepada pemilik UMKM beserta pegawainya untuk memberikan wawasan dasar tentang Bahasa Inggris.
- Dapat disimpulkan bahwa seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemasaran secara online di pihak UMKM Mitra Kreasi sendiri serta kembali membangkitkan produktivitas dan semangat mereka untuk terus bertahan pada masa pandemi *Covid-19*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kumparan.com. (2020, 30 Desember). *Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia*. (<https://kumparan.com/faridanursafitri19/dampak-covid-19-terhadap-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-di-indonesia-1urxzc2LBXH>, diakses 27 Februari 2021).
- [2] Siahaan, M. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap dunia pendidikan. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Dunia Pendidikan*, 20(2).
- [3] Supardi, S., Nugraha, N. M., Susanti, N., Sumantri, M. B. A., & Mukhlis, T. I. (2021). Peluang Dan Perubahan Cara Berpikir Saat Pandemi (Pengabdian Kepada UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2), 162-168.
- [4] Saryoko, A., Sari, R., Rianto, V., & Rosyida, S. (2020). Pemanfaatan IPTEK Dalam Kegiatan Belajar Mengajar Untuk

- Masyarakat Pela Mampang Di Masa Pandemi. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 304-310.
- [5] Latifah, N. (2020, December). Pemberdayaan Masyarakat Kandri dalam Peningkatan Potensi Wisata di Masa Pandemi Covid-19. In *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat UNDIP 2020* (Vol. 1, No. 1).
- [6] Anggariani, P., & Paramartha, I. G. N. D. (2021). Digital Tourism Transformation (Virtual Traveling) sebagai Solusi Dampak Covid-19 pada Sektor Pariwisata di Desa Kampial, Bali. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(01), 71-77.
- [7] Dahlan, M. (2017). Peran pengabdian pada masyarakat dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- [8] Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- [9] Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96.
- [10] Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- [11] Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syauckani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47.
- [12] Oktarina, N., Widodo, J., & Fachrurrozie, F. (2019). Penguatan umkm Melalui Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Jangkauan Pemasaran di Kecamatan Toroh purwodadi. *Jurnal Abdimas*, 23(2), 170-174.
- [13] Imbayani, I. G. A., Landra, I. N., Sariyani, P. P. A. (2020). Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Nelayan Desa Adat Jimbaran. *Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020*, 36-39.
- [14] Suardhika, I. N., Kepramareni, P., Kariyani, I. L. A. (2020). Optimalisasi Perekonomian Usaha Tukang Jahit Rumahan Jero Wasiki di Tengah Wabah COVID-19 di Desa Batubulan. *Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020*, 10-15.
- [15] Susrawan, I. N. A., Wiryawan, I. W. G., Sari, K. A. P. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemilik UMKM Melalui Pelatihan Pembuatan Media Promosi Digital Marketing di Banjar Ubud Kelod, Kelurahan Ubud, Kecamatan Ubud, Gianyar. *Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020*, 20-24.