

PELATIHAN DIGITAL MARKETING, TIPS DAN TRIK MENGEMBANGKAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA ADIKARSO, KEBUMEN, JAWA TENGAH

Agus Dwi Cahya¹, Bernadetta Diansepti Maharani²

^{1,2}Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Email: ¹agusdc@ustjogja.ac.id, ²bernadettadian@ustjogja.ac.id

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan melatih Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Adikarso, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen, Propinsi Jawa Tengah untuk memperluas pemasaran produknya melalui digital marketing serta bagaimana mengembangkan usaha di masa pandemi Covid-19. Pelatihan dilaksanakan dengan memberikan materi pengetahuan tentang bagaimana memaksimalkan digital marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM, tips dan trik mengembangkan usaha di masa pandemi Covid-19 yang mana didalamnya juga mensharingkan pengalaman pemateri memasarkan produk melalui plafon digital marketing yang ada yakni Google Trends, Whatsapp Group, Facebook Grup Jual Beli, Instagram dan OLX Indonesia. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yakni pelaku UMKM menjadi lebih mengetahui pemasaran digital dan bagaimana mengembangkan usaha di masa pandemi sesuai ajaran hidup Ki Hadjar Dewantara yakni Niteni, Nirokke dan Nambahi serta memiliki mental wirausaha AKU BISA yang merupakan singkatan dari Antusias, Kreatif, Ulet, Belajar, Inovatif, Sinergi dan Amanah

Kata Kunci: Digital Marketing, Mengembangkan Usaha, Pandemi covid 19

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu pilar atau penyangga utama perekonomian Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak lepas dari dampak penurunan ekonomi akibat pandemi Covid-19. UMKM adalah salah satu sektor usaha yang berkontribusi cukup besar dalam perkembangan perekonomian di Indonesia, dalam kondisi pandemi Covid-19 membuktikan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting pula bagi perekonomian Indonesia (Shofiana, 2020). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Kondisi menurun pendapatan akibat dampak pandemi Covid-19 juga dirasakan oleh pelaku UMKM di Jawa Tengah, berdasarkan hasil survey Badan Pusat Statistik Jawa Tengah sebesar 85,6% pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan. Sebesar 80,2% UMK menyatakan bahwa penyebab turunnya pendapatan ini yakni karena turunnya permintaan karena pelanggan terdampak Covid-19. Dari data survey dari Badan Pusat Statistik, (2020) didapatkan data juga bahwa pelaku UMKM belum mempunyai rencana pengembangan usaha pasca Covid-19 sebesar 43,6% dan belum memaksimalkan pemasaran melalui internet sebesar 42,6%. Dari data survey tersebut didapatkan juga bahwa 4 dari 5 pelaku usaha yang menggunakan internet untuk pemasaran via *online* mengaku bahwa cara *online* ini berpengaruh positif terhadap penjualan produk mereka. (Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Provinsi Jawa Tengah 2020)

Permasalahan masih banyaknya pelaku UMKM yang belum menggunakan pemasaran via *online* juga didapati di kabupaten Kebumen khususnya di desa Adikarso kecamatan Kebumen. Data ini disampaikan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta yang tergabung di padepokan 16. Pandemi Covid-19 memberi dampak yang mengakibatkan usaha yang dijalankan pelaku UMKM di desa Adikarso mengalami kendala operasional, keterbatasan pemasaran langsungnya dan masih banyaknya pelaku UMKM yang belum merambah dunia digital atau *online* untuk memperluas jangkauan pasarnya

serta memenuhi kebutuhan bahan baku operasionalnya. Berdasarkan hasil temuan permasalahan tersebut maka penambahan wawasan pengetahuan bagaimana memaksimalkan pemasaran *online* atau *digital marketing* serta tips dan trik mengembangkan UMKM di masa pandemi Covid-19 sangat dibutuhkan masyarakat pelaku UMKM di desa Adikarso.

Digital marketing adalah proses dimana seorang *marketer*, memasarkan melalui media-media digital. Media digital yang umum adalah website, media sosial, e-mail, dan aplikasi *mobile* (aplikasi yang tersedia di perangkat telepon genggam, tablet, atau perangkat lainnya). Pandemi Covid-19 yang menyebabkan perubahan di tatanan kehidupan usaha harus bisa diikuti oleh pelaku UMKM, dari yang semula lebih banyak mengandalkan pertemuan langsung bergeser ke pola digital, tidak bertemu langsung tetapi melalui online. UMKM dapat beradaptasi dengan media teknologi digital untuk proses produksi sampai pada promosi produk serta menemukan pasar yang potensial untuk hasil produksi UMKM. Situasi pandemi Covid-19 ini memberikan tantangan serta peluang bagi seluruh pihak seperti pemerintah dalam menjaga eksistensi UMKM, pemerintah harus dapat memecahkan permasalahan dalam jangka pendek ataupun jangka panjang (Pakpahan, 2020). Dengan strategi bisnis *online* tersebut diharapkan dapat membantu mengatasi tantangan saat pandemi Covid-19. Dampak pandemi Covid-19 dapat mengubah perilaku bisnis dalam menjalankan usahanya, meskipun dampak pandemi ini sangat dirasakan dan berpengaruh terhadap sistem penjualan yaitu menggunakan sistem *online* (Awali & Rohmah, 2020).

Menurut Febrantara dan OECD dalam Cahya, Aminah, Rinajaya, & Adelin, (2021), dari sisi penawaran dan sisi permintaan dapat terlihat dampak langsung dari Pandemi Covid-19 terhadap UMKM. Dilihat dari sisi penawaran, karena pandemi, banyak sekali UMKM yang mengalami kurangnya tenaga kerja, alasannya yaitu karena menjaga kesehatan pekerja dan adanya pemberlakuan pembatasan sosial (*social distancing*) sehingga masyarakat enggan untuk bekerja sementara waktu. Dilihat dari sisi permintaan, berkurangnya permintaan barang dan jasa berdampak pada UKM karena tidak dapat menjalankan usaha dengan optimal sehingga menyebabkan masyarakat sulit menghasilkan pendapatan, karena UKM tidak mampu untuk membayar hak upah pekerja, maka berujung pada pemutusan hubungan kerja secara sepihak. Menurut Anugrah dalam Cahya, Maharani, & Cahyani, (2020) tentang efektifitas penerapan strategi *online marketing* oleh UMKM dalam masa pembatasan sosial besar (PSBB) *corona viruses disease* 2019 (Covid-19). Hasilnya yaitu para pelaku bisnis UMKM mengalami masalah tersendiri untuk menjual produk saat diberlakukannya PSBB. Namun dengan adanya pemasaran *online* melalui aplikasi *android* dapat memudahkan para pelaku UMKM untuk mencapai target pasar yang telah di tentukan. Dengan disediakannya program tersebut diharapkan dapat membawa dampak ekonomi yang positif.

Selain wawasan pengetahuan pentingnya *digital marketing* juga diperlukan wawasan tips dan trik bagaimana mengembangkan UMKM di masa pandemi, pengetahuan ini akan membantu pelaku UMKM untuk tidak hanya bertahan tapi bisa mengembangkan usahanya lebih baik lagi di masa pandemi.

Tujuan dan kegunaan dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat di desa Adikarso ini yakni menambahkan wawasan pengetahuan juga berbagi pengalaman pentingnya pelaku UMKM untuk mengetahui *digital marketing* dan tips dan trik mengembangkan UMKM di masa pandemi Covid-19 sehingga para pelaku UMKM di desa Adikarso dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya melalui pemasar digital dengan begitu diharapkan kehidupan masyarakat akan pulih dan lebih lagi bisa meningkat di masa pandemi Covid-19 ini. Adapun publikasi webinar melalui kanal Youtube dan penulisan artikel menjadi target luaran dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan abdimas di desa Adikarso dilakukan sebagai berikut

Tahap Survey Identifikasi Masalah

Pada tahap ini mahasiswa KKN UST 2021 Padepokan 16 setelah mendapatkan arahan dari Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yakni Agus Dwi Cahya, S.Pd., M.M. melakukan survey di

lapangan yakni masyarakat dan aparat pemerintah desa Adikarso, kecamatan Kebumen, kabupaten Kebumen. Dalam survey ini diidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Data yang didapat yakni masih banyak pelaku UMKM yang mengandalkan penjualan langsung, masih sedikit pelaku UMKM yang memanfaatkan *digital marketing* sebagai jaringan penjualannya, belum meratanya pengetahuan berwirausaha yang dimiliki pelaku UMKM dan perlunya diberikan motivasi untuk mampu mengembangkan usahanya. Data hasil survey ini kemudian dikomunikasikan kepada DPL KKN untuk didiskusikan dan dirumuskan materi apa yang akan diberikan ke pelaku UMKM juga waktu pelaksanaan dan tempatnya di desa.

Tahap Persiapan

Berdasarkan data hasil survey dirumuskan materi pengabdian yang akan diberikan yakni melakukan pelatihan digital marketing dan tips dan trik mengembangkan usaha di masa pandemi Covid-19. Dalam diskusi diputuskan juga pemateri yang akan memberikan pelatihan yakni ibu Bernadetta Diansepti Maharani, S.E., M.M. dengan materi Pelatihan *Digital Marketing* dan Bp. Agus Dwi Cahya, S.Pd., M.M. dengan materi Tips dan Trik mengembangkan UMKM di masa pandemi Covid-19. Selain materi dan pemateri, dalam tahap ini juga dikoordinasikan segala sesuatu demi kelancaran pelaksanaan acara yakni, tanggal dan jam atau waktu pelaksanaan, tempat, media, alat dan bahan yang digunakan. Untuk pelaksanaannya disepakati bahwa pelatihan akan diberikan pada tanggal 26 Juli 2021, jam 14.00 WIB. menggunakan media zoom dengan audien pelaku UMKM dan mahasiswa KKN UST berada di balai desa Adikarso dengan menerapkan protokol kesehatan dan jalannya webinar pelatihan akan di unggah di kanal Youtube sehingga masyarakat pelaku UMKM Adikarsa bisa mempelajari lagi materi yang telah diberikan

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan ini merupakan realisasi dari hasil diskusi menjawab rumusan masalah yang dihadapi pelaku UMKM di desa Adikarso yakni pelaksanaan pelatihan *digital marketing* dan tips trik mengembangkan usaha UMKM di masa pandemi. Adapun webinar ini dilaksanakan pada tanggal 26 Juli 2021 jam 14.00 WIB dengan menggunakan media zoom dan peserta webinar serta mahasiswa KKN bersama-sama ada di balai desa Adikarso, Kebumen dengan tetap menjalankan protokol kesehatan. Pemateri dan tema dalam pelatihan sesuai dengan hasil diskusi yaitu ibu Bernadetta Diansepti Maharani, S.E., M.M. dengan materi Pelatihan *Digital Marketing* dan Bp. Agus Dwi Cahya, S.Pd., M.M. dengan materi Tips dan Trik mengembangkan UMKM di masa pandemi Covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilakukan dengan memberikan pelatihan *digital marketing* dan tips dan trik mengembangkan UMKM di masa pandemi pada tanggal 26 Juli 2021 jam 14.00 WIB dengan menggunakan media zoom. Adapun pemateri dan materi yang disampaikan sebagai berikut :

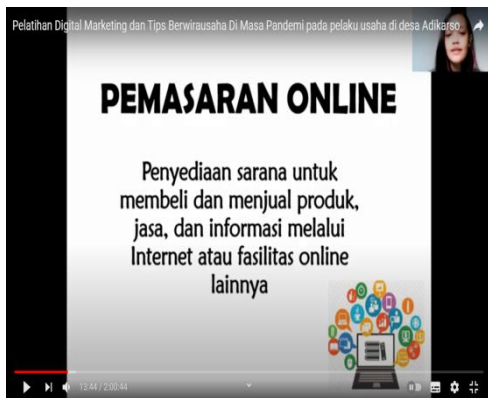
Tabel 1. Materi yang disampaikan oleh Tim Pengabdian

No.	Pemateri	Materi yang disampaikan
1	Ibu Bernadetta Diansepti, S.E., M.M.	Pelatihan <i>Digital Marketing</i>
2	Bp. Agus Dwi Cahya, S.Pd., M.M.	Tips dan Trik mengembangkan UMKM di masa pandemi covid 19

Melalui pelatihan *digital marketing* diberikan materi tentang asal mula adanya *digital marketing* serta bagaimana cara-cara yang bisa diterapkan bagi pelaku UMKM di desa Adikarso. Berdasarkan survey yang telah dilakukan sebelum penyelenggaraan abdimas ini, sebagian masyarakat yang tinggal di desa Adikarso merupakan pelaku UMKM. Berbagai usaha yang mereka geluti yaitu berupa kerajinan dari batok kelapa khas dari desa Adikarso, ada juga yang menjual *fashion* seperti sepatu, baju dan lain-lain, serta ada pula yang berjualan

obat tradisional. Akan tetapi sebagian pelaku UMKM di desa Adikarso belum menggunakan media digital sebagai sarana promosi dan penjualannya. Oleh karena itu pemateri memberikan informasi serta gambaran tentang pentingnya penggunaan media digital secara sederhana seperti memanfaatkan media *chatting*, media sosial bahkan bisa merambah ke *marketplace*. Dalam pelatihan ini, selain memberikan gambaran tentang cara digital dalam penjualan serta pemasaran produk, pemateri juga menyampaikan tentang manfaat serta keuntungan dalam penggunaan media *online* dan memberikan contoh cara untuk memasarkan dan menjual produk secara *online*. Dan diharapkan pelaku UMKM di desa Adikarso bisa mengembangkan usaha mereka, melalui pemberian gambaran tentang penjualan serta pemasaran *online* ini para pelaku UMKM bisa memperluas pasar mereka sampai keluar daerah bahkan luar propinsi.

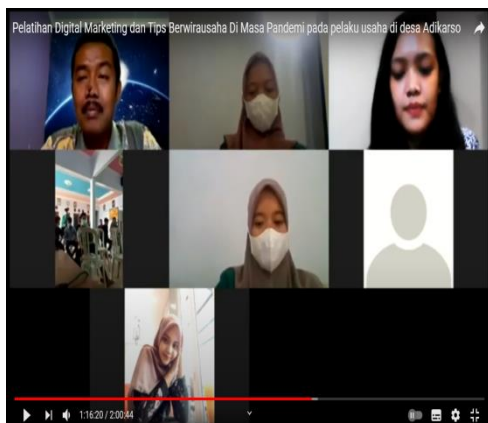
Melalui pemberian materi tips dan trik mengembangkan UMKM peserta diawal diajak untuk bisa mengidentifikasi hambatan berwirausaha yang muncul disaat pandemi Covid-19, diberikan wawasan perbandingan bagaimana berwirausaha sebelum dan selama pandemi, peserta juga diajak untuk mengidentifikasikan modal apa saja yang sekarang ini dimiliki pelaku UMKM, karakter berwirausaha apa saja yang harus dimiliki di saat pandemi, peserta diberikan tips memulai/mengembangkan usaha berdasarkan ajaran hidup Ki Hadjar Dewantara yakni Niteni, Nirokke dan Nambahi, serta menguatkan pelaku UMKM untuk bisa bersaing dengan memotivasi pelaku UMKM untuk memiliki karakter AKU BISA, yang merupakan singkatan dari Antusias, Kreatif, Ulet, Belajar, Inovatif, Sinergi dan Amanah. Disamping itu Bp. Agus Dwi Cahya, S.Pd., M.M. yang juga praktisi wirausaha memberikan pengalamannya bagaimana memaksimalkan *digital marketing* baik itu melalui facebook maupun media yang lain.



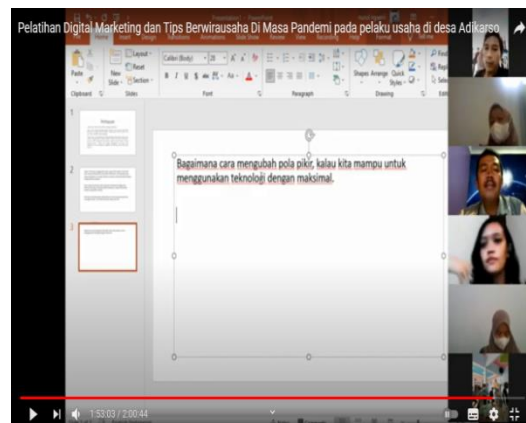
Gambar 1. Pemaparan materi digital marketing



Gambar 2. Pemaparan materi tips trik usaha



Gambar 3. Diskusi pemateri dengan peserta



Gambar 4. Pemateri menjawab pertanyaan

Pelaksanaan pelatihan ini secara utuh bisa dilihat di kanal youtube dengan link : <https://www.youtube.com/watch?v=n2XxLbAINGQ>

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan hasil kerjasama Pemerintah Desa Adikarso kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen Propinsi Jawa Tengah, mahasiswa KKN UST padepokan 16, Dosen Pembimbing Lapangan yang juga menjadi pemateri serta satu dosen program studi manajemen Fakultas Ekonomi UST Yogyakarta yang terlaksana dalam rangka Kuliah Kerja Nyata tematik Covid-19 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa dengan tema “Dewantara Muda Tanggap Covid”. Kegiatan ini dilakukan tanggal 26 Juli 2021 pukul 14.00 wib dengan tujuan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di desa Adikarso yakni masih rendahnya pelaku UMKM untuk memaksimalkan media *digital marketing* untuk memasarkan produknya dan terkendalanya pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya di masa pandemi Covid-19. Materi yang diberikan dalam pelatihan *online* ini yakni Pelatihan *Digital Marketing* yang disampaikan oleh ibu Bernadetta Diansepti Maharani, S.E., M.M. dosen prodi manajemen FE UST Yogyakarta dan materi Tips dan Trik mengembangkan UMKM di masa pandemi Covid-19 yang disampaikan Bp. Agus Dwi Cahya, S.Pd., M.M. Dosen Pembimbing Lapangan yang juga dosen prodi manajemen FE UST Yogyakarta sekaligus praktisi UMKM.

Saran yang disampaikan sehubungan dengan pelaksanaan kegiatan ini yakni pelatihan yang merupakan salah satu bentuk pendampingan kepada pelaku UMKM hendaknya bisa dilakukan lagi dikesempatan berikutnya sehingga para pelaku makin memperoleh pengetahuan dan merasa tersemangati untuk menghadapi masalah yang terjadi dalam menjalankan usahanya, bertahan dan mengembangkan usahanya di masa pandemi Covid-19.

REKOMENDASI

Rekomendasi berdasarkan hasil pengabdian yakni pengayaan pengetahuan dengan tema yang menjawab permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM intensitasnya bisa lebih ditingkatkan sehingga pelaku UMKM bisa bertahan dan lebih meningkatkan usahanya di masa pandemi Covid-19 ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan Pengabdian ini bisa terlaksana karena dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih kepada 1) Pemerintahan Desa Adikarso, kecamatan Kebumen, kabupaten Kebumen Jawa Tengah yang begitu antusias mendukung pelaksanaan kegiatan ini, 2) Kepala LP3M UST beserta jajarannya yang juga sangat antusias mendukung pelaksanaan kegiatan ini, 3) Bapak Ibu Pelaku UMKM di desa Adikarso yang dengan antusias mengikuti webinar pelatihan ini, 4) Mahasiswa KKN UST 2021 yang antusias dan berjerihlelah untuk mengadakan pelatihan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Awali, H., & Rohmah, F. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak COVID-19. *Balanca: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2, 1–14.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Analisis Hasil Survei Dampak COVID-19 terhadap Pelaku usaha. In *Analisis Hasil Survei Dampak COVID-19 terhadap Pelaku usaha*.
- Cahya, A. D., Aminah, Rinajaya, A. F., & Adelin, N. (2021). Pengaruh Penjualan Online di masa Pandemi Covid-19 terhadap UMKM Menggunakan metode Wawancara (Studi Kasus UKM Salad Nyoo Timoho Yogyakarta). *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syari'ah*, 4(2), 857–863.
- Cahya, A. D., Maharani, B. D., & Cahyani, P. D. (2020). Strategi peningkatan produktivitas usaha pemuda produktif gunungkidul. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(4), 538–547.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *JlHI: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 20(April), 2–6.

<https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>

Shofiana, A. (2020). IMPLEMENTASI PROGRAM AFILIASI BERBASIS VIRTUAL TEAM DALAM UMKM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEREKONOMIAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Implementation of Virtual Team-Based Affiliation Programs in MSMEs as Efforts for Increasing the Economy in the COVID-19 Pand. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3590822>

