J-Abdi
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol.2, No.3, Agustus 2022

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN UMKM DI PAGUYUBAN KELURAHAN GEDUNG MENENG, KECAMATAN RAJABASA, BANDA LAMPUNG

Oleh
Agus Rahardi[1], Ruki Rizal Nul Fikri[2], Siti Nur Laila[3], Muhammad Fauzan Azima[4], Handoyo Widi Nugroho[5]
[1,2,5]Departemen Sistem Informasi, IIB Darmajaya, Bandar Lampung
[3,4]Departemen Teknik Informatika, IIB Darmajaya, Bandar Lampung
E-mail: [1]agus.rahardi@darmajaya.ac.id, [2]rukirizal@darmajaya.ac.id, [3]sitinurlaila@darmajaya.ac.id, [4]mfauzanazima@darmajaya.ac.id, [5]handoyo.wn@darmajaya.ac.id

Article History:
Received: 07-06-2022
Revised: 15-06-2022
Accepted: 24-07-2022

Keywords:
E-Commerce, UMKM

Abstract: *World Health Organization (WHO) telah menetapkan bahwa covid-19 adalah sebuah virus yang memiliki tingkat kematian yang sangat tinggi, oleh karena itu Pemerintah Indonesia memberlakukan Pembatan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Masyarakat yang terdampak dari PPKM ini adalah bisnis usaha kecil menengah (UMKM) yang mengalami penurunan omset dikarenakan turunnya daya beli masyarakat. Melihat hal tersebut, Perguruan Tinggi sebagai perpanjangan tangan pemerintah memiliki kewajiban untuk membantu UMKM dalam membantu perekonomian masyarakat dengan memberikan pelatihan protokoler kesehatan, pelayananan pembeli, pelatihan membuat merek dagang, pelatihan sosial media, dan pelatihan pengemasan produk. Hasil dari pengabdian ini adalah UMKM memiliki kemampuan baru untuk mengembangkan bisnisnya secara baik dimasa pandemi Covid-19.*

PENDAHULUAN

World Health Organization (WHO) telah menetapkan bahwa covid-19 adalah virus yang berbahaya dan dapat menyebar dengan cepat. Oleh karena itu Pemerintah Indonesia menghimbau untuk selalu menerapkan protokol kesehatan. Beberapa kebijakan pemerintah yang telah diterapkan adalah program Perberlakukan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang didalamnya termasuk membatasi kegiatan perdagangan antara penjual dan pembeli. Hal ini mengakibatkan turunnya omset perdagangan diberbagai Unit Usaha Keci Menengah (UMKM) .

Sebagai agen perubahan dan perpanjangan tangan pemerintah Indonesia, maka sudah seharusnya perguruan tinggi berkontribusi dalam membantu UMKM yang terdampak dari wabah pandemi Covid-19. Melalui pengabdian ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam mengatur strategi pemasaran penjualan produknya. Pada program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan kelurahan Gedung Meneng, Rajabasam Bandar Lampung. Berdasarkan survei yang dilakukan, beberapa masyarakat di Gedung Meneng terlapor masih ada 9 UMKM

yang belum menyadari bahaya dan mematikannya covid-19. Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk mengedukasi dan memberikan pemahaman dengan baik tentang pentingnya menerapkan protokol kesehatan dan cara pencegahannya. Selain itu terdapat juga laporan beberapa UMKM mengalami penurunan omset penghasilan. Berdasarkan hal tersebut program pengabdian ini ditujukan untuk melakukan pengembangan pemasaran terhadap UMKM dengan memanfaatkan media sosial dan membuatkan website penjualan dengan aplikasi support website yang sudah tersedia sebagai sarana untuk memasarkan produk.

Pada usaha UMKM tersebut terdapat beberapa masalah seperti pengemasan, penjualan dan juga pemasaran. Hasil produksi masih dikemas sederhana masih menggunakan plastik tipis dan belum punya ciri khas merek dagang yang unik sehingga banyak orang yang tidak mengenal UMKM di kelurahan tersebut. Adapun promosi juga yang dilakukan belum menjangkau keseluruhan pasar. Pada dasarnya UMKM di kelurahan Gedung meneng terbilang unggul karena menggunakan bahan produk yang berkuliatas, namun karena pandemi COVID-19 banyak UMKM yang tidak dapat mengekpansi bisnisnya karena penurunan pemasukan.

METODE

Program kerja utama yang dibentuk disesuaikan dengan perencanaan dari awal pelaksanaan pengabdian dimasa pandemi Covid-19, sehingga diharapkan hasil dari program kerja tersebut dapat berjalan dengan baik. Adapun metode pengabdian yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Persiapan Program Kerja

Pada tahapan persiapan program kerja, tim pengabdian melakukan survey kelurahan Gedung Meneng, Rajabasa untuk melihat keadaan UMKM sebagai landasan dalam perancangan program kerja. Berdasarkan hasil survey dan wawancara, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Kurangnya kesadaran UMKM dalam mematuhi protokoler kesehatan
2. Kurangnya pengetahuan pemilik UMKM dalam menerapkan protokoler Kesehatan
3. Kurangnya pemasaran UMKM karena belum memiliki merek dagang
4. Kurangnya pengetahuan UMKM dalam segi pengemasan
5. Kurangnya pemasaran UMKM dengan teknologi

Tahap Pelaksanaan

Berdasarkan masalah yang telah diurutkan dalam survey yang sudah dilaksanakan, maka tim pengabdian menyusun program kerja sebagai berikut:

1. Mengadakan pelatihan protokoler Kesehatan di UMKM
2. Mengadakan pelatihan pelayanan ke pelanggan sesuai protokoler Kesehatan
3. Mengadakan pelatihan pembuatan merek dagang
4. Mengadakan pelatihan pengemasan produk
5. Mengadakan pelatihan pemanfaatan sosial media

HASIL

Dengan melihat dan memperhatikan serta meminta masukan, saran dan berbagai pertimbangan dari dosen pembimbing, bapak aparat lingkungan, serta masyarakat kelurahan Gedung Meneng sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lingkungan, maka tim

pengabdian melaksanakan program pengabdian ini sesuai dengan program kerja yang telah diusulkan sebelumnya. Adapun program tersebut adalah sebagai berikut.

Pelatihan Protokoler Kesehatan

Pada pelatihan protokoler kesehatan tim pengabdian melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang bagaimana melaksanakan protokoler kesehatan yang sesuai dengan anjuran WHO dan Pemerintah Indonesia, yaitu adalah dengan menempatkan tempat cuci tangan dan sabun dan memasang poster wajib masker serta menjaga jarak.

Gambar 1. Pelatihan Protokoler Kesehatan

Pelatihan Pelayanan Pelanggan

Pada pelatihan pelanggan tim pengabdian melaksanakan pelatihan pelayanan / *after sales service* kepada UMKM agar tetap memberikan pelayanan prima dengan menjalankan protokoler kesehatan disaat pandemic Covid-19.

Gambar 2. Pelatihan Pelayanan

Pelatihan Pembuatan Merek Dagang

Untuk membantu UMKM memiliki merek dagangnya, tim pengabdian melaksanakan pelatihan desain grafis untuk membuat merek dagang pada produk di UMKM, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3 dibawah ini.

J-Abdi
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol.2, No.3 Agustus 2022

Gambar 3. Pelatihan Desain Grafis

Pelatihan Pengemasan Produk

Pelatihan selanjutnya adalah pengemasan produk agar kemasan sesuai dengan standar kesehatan yang dicanangkan pemerintah.

Gambar 4. Pelatihan Pengemasan

Pelatihan Pemanfaatan Sosial Media

Pelatihan terakhir adalah pelatihan pemanfaatan social media untuk melakukan promosi. Dalam pelatihan ini, tim pengabdian menggunakan Instagram. Karena berdasarkan report, Instagram merupakan salah satu platform sosial media yang paling digunakan [5].

DISKUSI

Pelatihan yang dilakukan dibagi dalam 5 termin dalam jangka waktu 5 hari. Pelatihan tersebut diikuti 9 UMKM dan telah dilaksanakan secara baik. Hasil dari pelatihan tersebut adalah UMKM memilki kemampuan dalam desain grafis untuk membuat merek, memiliki pengatahuan dibidang pengemasan, pelayanan ke pelanggan, dan juga penerapan protokoler kesehatan sesuai anjuran pemerintah dan WHO.

PENUTUP

Kesimpulan

Dampak Kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. UMKM mendapatkan pelatihan pengembangan bisnis di masa pandemic
2. UMKM dapat menggunakan sosial media untuk memasarkan produknya
3. UMKM berhasil menerapkan protokoler kesehatan di produk dan tokonya
4. UMKM dapat melayani pelanggan secara baik

J-Abdi
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol.2, No.3, Agustus 2022

DAFTAR REFERENSI

[1] H. N. Altarawneh *et al.*, "Effects of Previous Infection and Vaccination on Symptomatic Omicron Infections.," *N Engl J Med*, Jun. 2022, doi: 10.1056/NEJMOA2203965/SUPPL_FILE/NEJMOA2203965_DISCLOSURES.PDF.

[2] D. Hertina, S. Hendiarto, and J. H. Wijaya, "DAMPAK COVID-19 BAGI UMKM DI INDONESIA PADA ERA NEW NORMAL," *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, vol. 3, no. 2, pp. 110–116, Jan. 2021, doi: 10.32493/J.PDL.V3I2.8798.

[3] "PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI PENGGUNAAN DAN PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL | E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat." https://stp-mataram.e-journal.id/Amal/article/view/1237 (accessed Jun. 22, 2022).

[4] Dea Tio Mareta and Shofia Nur A, "Pengemasan Produk Sayuran Dengan Bahan Kemas Plastik Pada Penyimpanan Suhu Ruang Dan Suhu Dingin," vol. 7, pp. 26–40, 2011.

[5] L. P. Supratman and M. Rachmansyah, "Peran Media Instagram dalam Memasarkan Produk Fashion Dollies," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, vol. 24, no. 1, pp. 73–90, Jun. 2020, doi: 10.31445/JSKM.2020.2865.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN