



DIGITALISASI UMKM BeeBee HIDROPONIK DI TENGAH PANDEMI COVID-19 UNTUK PEMULIHAN EKONOMI DAERAH

Oleh

Ketut Artaye¹, Hariyanto Wibowo², Fajar Nugrohinggil³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Email: ¹artajaya@darmajaya.ac.id, ²hariwib@darmajaya.ac.id,

³fajar.1811010147@mail.darmajaya.ac.id

Article History:

Received: 08-11-2021

Revised: 15-12-2021

Accepted: 07-01-2022

Keywords:

UMKM, Digitalisasi,
Teknologi

Abstract: PANDEMI covid-19 memberikan dampak yang signifikan pada seluruh sektor dalam perekonomian. Berbagai jenis usaha mengalami tekanan yang cukup kuat, meskipun masih terdapat sebagian kelompok usaha yang dapat mengambil peluang dan manfaat dari pandemi ini. Salah satu kelompok usaha yang paling terdampak dari Covid-19 adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Oleh karena itu, UMKM sebagai penggerak ekonomi Indonesia perlu beradaptasi dan mulai memanfaatkan teknologi digital dalam model bisnisnya agar dapat meningkatkan daya saing di era kenormalan baru pasca covid-19.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia terpukul cukup keras pada pandemi COVID-19. Berdasarkan data yang dirilis oleh katadata.co.id, kondisi UMKM Sebelum COVID-19 dialami cukup baik oleh hampir seluruh pelaku usaha. Namun, saat terjadi COVID-19 keadaan berbalik, 56,8% UMKM berada dalam kondisi buruk, hanya 14,1% UMKM yang masih berada kondisi baik. Mayoritas UMKM atau sebanyak 82,9% mengalami dampak negatif dari pandemi ini. Hanya sebagian kecil atau 5,9% dari pelaku yang justru mengalami dampak positif. Pandemi ini bahkan menyebabkan 63,9% dari UMKM yang terdampak mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. Hanya 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan omzet.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh KIC menunjukkan bahwa para pelaku UMKM melakukan sejumlah upaya untuk mempertahankan kondisi usahanya. Mereka melakukan sejumlah langkah efisiensi seperti: menurunkan produksi barang/jasa, mengurangi jam kerja dan jumlah karyawan dan saluran penjualan/pemasaran. Berbagai cara dilakukan oleh UMKM agar dapat bertahan. Salah satunya adalah mempercepat peralihan UMKM ke era digital. Digitalisasi UMKM merupakan suatu upaya untuk mendigitalkan pemasaran produk-produk UMKM oleh pelaku UMKM. Secara mudahnya, di zaman dengan teknologi yang semakin canggih telah memudahkan para pelaku usaha dalam memasarkan dan menjual produk-produknya secara online. Selain itu akses internet serta indeks kesiapan digital dari pelaku usaha ini menunjukkan bahwa UMKM ini tidak sepenuhnya siap untuk serta merta beralih ke digital.



Namun demikian, salah satu permasalahan penting bagi pelaku UMKM adalah kemampuan untuk melakukan pemasaran melalui internet. Di Era digital ini orang cenderung lebih memilih untuk membeli produk lewat Online, untuk itulah penting bagi para pelaku UMKM memiliki ketrampilan marketing lewat internet. Agar produk yang dipasarkan lebih banyak dikenal orang, dan dapat meningkatkan penjualan. Berdasarkan hal tersebut sebagai bentuk tanggungjawab Dosen dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi melakukan pengabdian kepada masyarakat untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan Digitalisasi Marketing pada UMKM.

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di sebuah UMKM Daun Mint dengan nama BeeBee bermediakan hidroponik dan merupakan satu-satunya di Kota Metro, beralamat di Jalan Raya Stadion, Tejosari, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro Lampung. UMKM ini sudah berjalan selama 1,5 tahun, BeeBee Hidroponik Metro Teh Daun Mint merupakan daun mint yang ditanam dengan cara sistem hidroponik sehingga menghasilkan daun mint dengan aroma yang berkualitas. Dan telah terdaftar di Dinas Kesehatan Kota Metro (P-IRT No. 3.10.1872.04.0065-25).

Karena merupakan produk baru, pemasaran menjadi permasalahan utama karena untuk saat ini masih mencakup sekitar tempat UMKM dan mengandalkan teman-teman pemilik usaha. Karena melihat manfaat dari teh daun mint ini sangat baik untuk kesehatan sehingga membutuhkan media dan metode promosi yang mendukung, serta olahan produk yang lebih inovatif.

Tujuan dari pengabdian masyarakat di UMKM Daun Minta atau BeeBee Hidroponik ini adalah sebagai bentuk partisipasi aktif akademisi di tengah masyarakat untuk membantu mengatasi permasalahan yang terjadi. Pelaksanaan pengabdian masyarakat di BeeBee Hidroponik dimaksudkan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM, dalam hal ini proses percepatan digitalisasi UMKM ditengah Pandemi COVID-19, guna meningkatkan penjualan.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat di BeeBee Hidroponik dilaksanakan dalam kurun waktu satu bulan sejak pada 13 Agustus 2021 dan berakhir pada 16 September 2021.

Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat di BeeBee Hidroponik tertera pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat



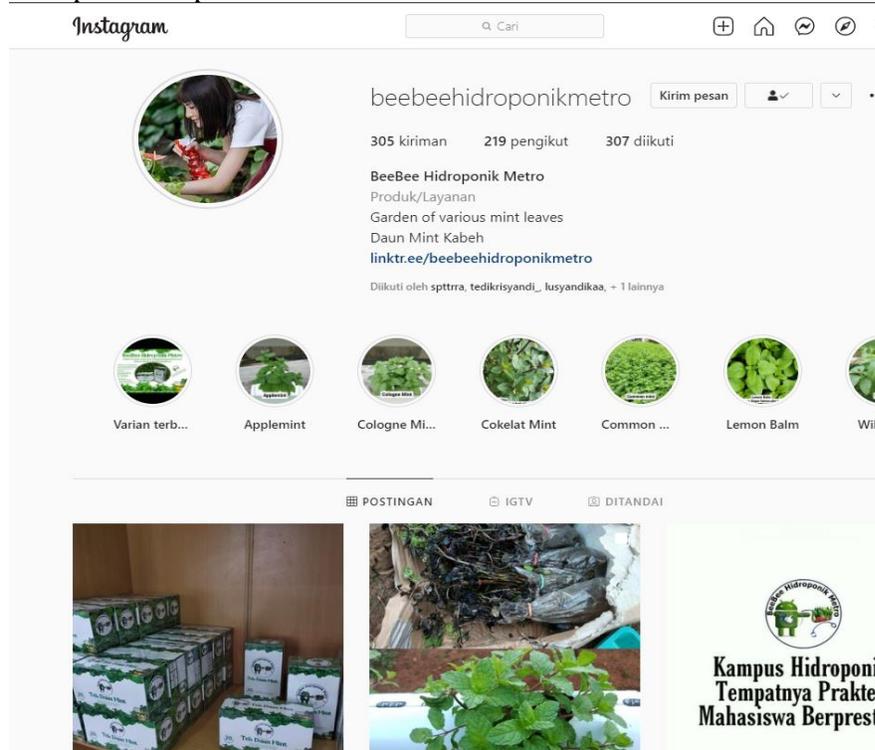
Persiapan dilakukan untuk melihat kondisi BeeBee Hidroponik serta mengidentifikasi permasalahan yang muncul terkait pemasaran produk serta menggali informasi kebutuhan pelatihan. Selanjutnya tim pengabdian menetapkan materi dan peserta serta menyiapkan materi dan alat peraga terkait pemanfaatan teknologi dan proses digitalisasi UMKM. Tim pengabdian melaksanakan kegiatan dengan mengembangkan media promosi berbasis teknologi dengan pemanfaatan media social dan website pendukung. Kegiatan dilakukan di tengah pandemi Covid-19 sehingga dilakukan secara daring melalui media Zoom dan Offline dengan melakukan peninjauan lokasi langsung.

HASIL

Kegiatan pengabdian Pengembangan Digitalisasi UMKM BeeBee Hidroponik Daun Mint di Kota Metro dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 dilakukan secara hybrid yaitu online dan offline dengan mengikuti protocol kesehatan sesuai kebijakan pemerintah. Kegiatan yang sudah dilakukan, mendapatkan hasil sebuah *link* dan menambahkan kata *slogan* untuk Bio Instagram UMKM tersebut agar lebih rapih dan memudahkan para konsumen untuk mengetahui lebih lanjut informasi tentang UMKM tersebut. Platform Digitalisasi UMKM BeeBee Hidroponik Kota Metro yang dirancang dengan menggunakan media social Instagram dan terintegrasi dengan linktr.ee. Instagram Platform Digitalisasi UMKM BeeBee Hidroponik dapat diakses di @beebeehidroponikmetro sedangkan link website dapat diakses melalui link <http://beebeehidroponikmetro.com>. Berikut tampilan hasil media social Instagram BeeBee Hidroponik .

1. Tampilan Instagram

Publikasi produk - produk BeeBee Hidroponik di Instagram dilakukan dalam melakukan promosi produk.

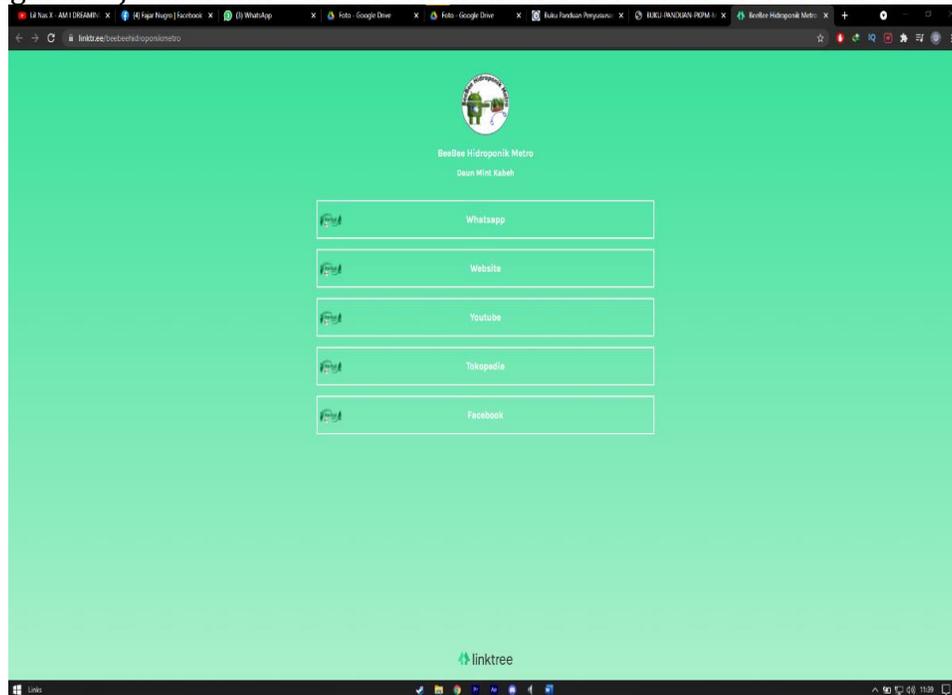


Gambar 2 : Tampilan profile *Instagram* UMKM BeeBee Hidroponik



2. Linktree

Linktree adalah halaman yang dapat digunakan untuk mencantumkan berbagai tautan. Linktree ini bagi penjual online shop cukup efektif dan bermanfaat. Sebab, bisa membagikan sejumlah link toko serta kontak mereka dalam satu tautan atau halaman.



Gambar 3 : Linktree BeeBee Hidroponik

DISKUSI

Hal yang mendasar dalam melakukan kegiatan pengabdian ini adalah dalam rangka membantu masyarakat khususnya pelaku UMKM untuk bangkit ditengah Pandemi COVID-19, salah satunya adalah pemanfaatan teknologi digital dalam proses pemasaran dan penjualan produk UMKM. Kegiatan yang dilaksanakan selama 1 bulan ini sangat berdampak terhadap UMKM baik itu secara langsung maupun tidak. Selain itu hal yang dapat dipelajari dari kegiatan ini adalah walaupun UMKM telah mengenal media social namun belum memiliki pengetahuan dalam melakukan manajemen kegiatan di sosial media seperti postingan terjadwal, objek – objek produk yang akan dipublish, mengelola follower hingga mengajak follower membeli produk. Dengan demikian, dari kegiatan pengabdian yang kami lakukan mampu mendorong pengusaha UMKM lebih tertarik untuk menggunakan media sosial sebagai media pemasaran, menjangkau pasar yang lebih luas, serta memotivasi owner untuk belajar dalam pembuatan iklan dan editing video.

Tim pengabdian masyarakat terdiri dari para dosen yang dibantu oleh mahasiswa baik dari fakultas ilmu komputer dengan kemampuan yang berbeda-beda sesuai bidangnya dapat membantu kegiatan pengabdian masyarakat.

KESIMPULAN

Dari hasil evaluasi serta temuan-temuan yang kami peroleh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat kami simpulkan bahwa program pengabdian



masyarakat sebagai salah satu wujud dari pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi ini telah mampu memberikan manfaat bagi UMKM khususnya BeeBee Hidroponik dalam pemanfaatan teknologi digital untuk upaya melakukan pemasaran produk yang lebih luas. Dengan teknologi di masa sekarang ini, dimana masyarakat lebih dominan mengakses informasi melalui digital seperti sosial media, maka proses digitalisasi produk Teh Daun Mint ditengah pandemi covid-19 menjadi solusi dalam memasarkan produk-produk BeeBee Hidroponik hingga proses penjualan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ucapkan terima kasih kepada owner dan karyawan UMKM BeeBee Hiroponik Kota Metro atas kerjasamanya dan dukungannya pada kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya yang mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Aditya wardhana. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (pp. 327–337). Universitas Pendidikan Indonesia.
- [2] Ali, H. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS.
- [3] Kemenperin. (2016). Pertumbuhan Ekonomi Dorong Ekspansi UMK. Retrieved from <http://www.kemenperin.go.id/artikel/5774/Pertumbuhan-Ekonomi-DorongEkspansi-UMK>
- [4] Kodrat, D. S. (2009). Membangun Strategi “Low Budget High Impact” di Era NeW wave Marketing. Jurnal Manajemen Bisnis, 2 No. 1, 59–86.
- [5] Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [6] Edward UP Nainggolan (2020). UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-BangkitEkonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- [7] Kata Data. (2020) Digitalisasi UMKM Ditengan Pandemi COVID-19 <https://katadata.co.id/umkm>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN