



PEMBERDAYAAN WIRAUSAHA TOKO SEMBAKO MASYARAKAT DIKAMPUNG TEMPEL SUKOREJO 1 KELURAHAN WONOREJO KECAMATAN TEGALSARI, SURABAYA

Hayu Pangastuti

*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
E-mail : hayuxak3@gmail.com*

Gustaf Naufan Febrianto

*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
E-mail : gfebrianto@untag-sby.ac.id*

Abstrak

Teknologi saat ini terus berkembang, dan penggunaannya merasakan manfaat menggunakan teknologi elektronik digital. Salah satunya meliputi usaha UMKM dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk menjalankan usaha, khususnya di era new normal. Penggunaan media sosial sangat dibutuhkan oleh pemilik UMKM untuk meningkatkan usahanya. Penggunaan digital marketing sendiri, sangat berpengaruh bagi pemilik UMKM dimulai dengan interaksi dengan konsumen melalui jejaring media sosial maupun untuk mempromosikan barang dagangan tersebut. Secara keseluruhan, tujuan dari penelitian ini adalah memberikan berupa mengedukasi bagaimana cara memanfaatkan digital marketing marketplace atau media sosial lainnya.

Kata kunci: *UMKM, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Pengaruh pandemi virus Covid-19 memberikan dampak penurunan omzet bagi para pelaku seperti Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Fenomena ini juga turut dirasakan oleh salah satu dari pemilik toko sembako di jalan Tempel Sukorejo, pemilik toko menjelaskan bahwa selama pandemi Covid-19 terdapat berbagai efek yang dialami antara lain adalah mengalami penurunan pendapatan, pemasaran offline beralih ke pemasaran online, berkurangnya permintaan, berkurangnya penjualan, kesulitan mendapatkan bahan baku.

Salah satu strategi yang dapat memulihkan pendapatan adalah dengan cara Digital Marketing yang bertujuan mempromosikan suatu kegiatan terkhususnya produk di bidang ekonomi. Digital marketing merupakan proses dalam melakukan pemasaran suatu produk dengan melalui media sosial atau juga bisa melalui marketplace. Hal ini dapat membuat pemilik UMKM sangat cocok menggunakan Digital Marketing untuk mencapai pangsa pasar sasarannya dan dengan demikian dapat meningkatkan penjualan.

METODE PELAKSANAAN

Perizinan dengan pejabat setempat

Mengunjungi serta berkonsultasi dengan pejabat setempat (ketua RT.04 / RW. 08, Tempel Sukorejo 1 Surabaya) mengenai kondisi lingkungan/tempat pelaksanaan pengabdian



agar tepat sasaran.

Analisis situasi (kondisi masyarakat)

Analisis situasi merupakan analisa dan pengenalan terhadap lokasi pelaksanaan kegiatan untuk dapat pengabdian masyarakat oleh mahasiswa.

Koordinasi dengan Mitra Pengabdian

Mahasiswa melakukan koordinasi dengan mitra dan perangkat desa mengenai program kegiatan ini di masyarakat atau warga yang akan dilakukan. Setelah melakukan koordinasi dengan mitra dan perangkat kampung, mahasiswa melakukan persetujuan Kegiatan Pengabdian Di Masyarakat yang dilengkapi dengan sesi dokumentasi yang berupa video dan foto.

Penyampaian Ide dan Koordinasi Program

Mitra menyampaikan program atau inovasi bisnis yang akan dilaksanakan oleh pelaku usaha.

Pelaksanaan Progam Pengabdian

Mahasiswa yang mendapat persetujuan maka segera melakukan kegiatan di lokasi.

Dokumentasi Program

Dokumentasi dilakukan selama proses pengabdian hingga pelaporan baik melalui foto maupun video.

Laporan Program

Laporan dari hasil data yang diperoleh mahasiswa berhak membuat hasil kegiatan yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada mitra yaitu dilakukan dalam beberapa tahap sesuai dengan rencana kegiatan. Terdapat beberapa tahap kegiatan dalam pengabdian ini yaitu tahap pertama adalah wawancara dan analisis situasi mitra, tahap kedua adalah sosialisasi kegiatan kepada mitra, tahap ketiga adalah pelatihan pemasaran *online*.

Berdasarkan hasil wawancara dan berkunjung langsung ke tempat mitra, diperoleh informasi bahwa menurunnya omzet penghasilan dari penjualan. Hal ini dikarenakan kurang akses konsumen untuk membeli produk oleh mitra, sementara selama ini pemasaran hanya dilakukan dengan menunggu konsumen melakukan pesanan atau rekomendasi dari para pembeli yang sudah berlangganan. Hasil analisis situasi yang dilakukan, permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra yaitu pemasaran produk hanya dilakukan melalui pemasaran offline saja seperti dari mulut ke mulut tanpa memanfaatkan teknologi internet, sehingga kurang maksimal menjangkau konsumen. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, solusi yang dapat ditawarkan adalah melalui pelatihan pemanfaatan digital marketing untuk mengetahui teknik-teknik memanfaatkan teknologi internet dan media marketplace untuk memperluas pemasaran suatu produk atau brand dan meningkatkan pendapatan mitra melalui *digital marketing* dengan memanfaatkan media platform marketplace Shopee.

Kegiatan sosialisasi diberikan oleh perwakilan mahasiswa dimana sosialisasi dilakukan dengan pemilik toko sembako untuk menyampaikan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat

telah diterima. Pada pertemuan tersebut telah disampaikan informasi- informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan. Indikator- indikator tersebut memiliki satu tujuan prinsip, yaitu meningkatkan kesejahteraan mitra serta meningkatkan pengetahuan mitra dalam memasarkan produk secara online. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan cara diskusi.

Pelatihan pemanfaatan digital marketing dengan menggunakan aplikasi Shopee sebagai media pemasaran online. Materi pemasaran *online* diberikan oleh perwakilan mahasiswa dengan cara praktek langsung dan diskusi. Materi yang disampaikan pada saat pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran produk terdapat beberapa langkah dalam mengaplikasikan shopee yaitu sebagai berikut :

1. Klik Daftar pada menu utama Shopee.
2. Masukkan nomor telepon, kode captcha, dan kode verifikasi untuk melanjutkan pendaftaran.
3. Lakukan verifikasi nomor handphone dan e-mail yang sudah ditambahkan sebelumnya
4. Pergi ke Seller Centre kemudian pilih Profil Toko. Lengkapi informasi yang dibutuhkan seperti Nama Toko, Deskripsi Gambar, dan Deskripsi, setelah itu klik Simpan.
5. Pilih nama toko. Pilih nama toko yang khas dan mudah diingat.
6. Masukkan deskripsi gambar. Upload hingga lima foto dan video atau lebih untuk memberikan toko memiliki identitas brand yang kuat.
7. Buat deskripsi toko. Buat deskripsi singkat dan ringkas namun tetap menarik Buat pembeli yang mengunjungi toko bisa memperoleh berbagai informasi yang lengkap. Informasi dasar yang dibutuhkan meliputi riwayat toko, tipe produk, ukuran, dan waktu membalas chat.

SIMPULAN

Pandemi COVID-19 yang terjadi di Indonesia berdampak pada ketidakstabilan dalam perekonomian terutama pada UMKM. Pelaku UMKM merasakan dampak langsung berupa penurunan omset penjualan dikarenakan adanya himbauan pemerintah dan penerapan PSBB yang menghimbau masyarakat untuk tetap dirumah. Untuk itu pelaku UMKM harus memiliki strategi untuk dapat bertahan di tengah pandemi ini dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi, sehingga dapat mengubah tantangan yang ada menjadi peluang. Terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan UMKM untuk dapat mempertahankan bisnisnya, yaitu melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi digital (digital marketing), melakukan pemasaran hubungan pelanggan, dan penambahan inovasi dalam produk. Dengan dilakukannya pendampingan dan pengembangan pada toko sembako yang berlokasi di Jl. Tempel sukorejo 1 kota Surabaya dengan cara penjualan online, dapat menghasilkan peningkatan konkrit dalam UMKM yang berarti omset tersebut mengalami kenaikan secara signifikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih Kepada Allah SWT yang telah memberika kelancaran kegiatan Pengabdian Masyarakat dari awal hingga akhir, mengucapkan terima kasih juga kepada LPPM Universitas 17 Agustus 1945 yang telah mendanai kegiatan pengabdian pada masyarakat tahun 2021 ini. Dengan pendanaan yang diberikan oleh perguruan tinggi kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilaksanakan dengan memberikan manfaat tidak hanya untuk mitra namun juga kepada pelaksana pengabdian yaitu mahasiswa. Dan juga penulis mengucapkan kepada DPL yang sudah membantu memberi arahan supaya kegiatan yang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar



DAFTAR PUSTAKA

https://www.google.com/search?q=contoh+prosiding+kkn+umkm&rlz=1C1CHBF_enID974ID974&sxsrf=AOaemvJdxHRExBLqaEZy7GKAixUc5Og5fg%3A1639411984724&ei=EHG3YePMK4zUz7sPocC1-AE&ved=0ahUKEwjJlPXHleH0AhUM6nMBHSFgDR8Q4dUDCA0&uact=5&oq=contoh+prosiding+kkn+umkm&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyBQghEKABOggIABCABBCwAzoICCEQFhAdEB5KBAhBGAFKBAhGGA BQsQFY8QlgqQxoAXAAeACAAAYcBiAGdBJIBAzIuM5gBAKABAcgBAcABAQ &sclient=gws-wiz

Munajat, Enjat dkk. Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Mendukung Pemasaran Produk UMKM (Studi Kasus Kabupaten Subang, Jawa Barat). Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 2 no 10 (Oktober, 2018): 896-899.
<http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/20445>

Maduwinarti, A., Andayani, S., Erni, D., & Putri, P. (n.d.). JHP 17 (Jurnal Hasil Penelitian) STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMK DAN PENDAMPINGAN PROSES PRODUKSI DI DESA MINGGIRSARI KECAMATAN KANIGORO KABUPATEN BLITAR. *Januari, 2022*(1), 2579–7980. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17>