



Pengenalan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pengembangan UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian di Masa Pandemi Covid-19

(Studi kasus di Kampung Cikoneng)

Farhan Muzakkie¹, Ikmal Nur Fauzi², Santika Wulandari³, Yoga Andreansyah⁴, Nano Nurdiansah⁵

¹Prodi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung farhanmuzakkie@gmail.com

²Prodi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung ikmalnurf@gmail.com

³Prodi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung santikawulandari26@gmail.com

⁴Prodi Hukum Pidana Islam, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yogaandree13@gmail.com

⁵Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung nano.nurdiansah@uinsgd.ac.id

ABSTRAK

Adanya pandemi covid -19 ini mengakibatkan dampak negatif bagi perekonomian, salah satu sektor yang paling merasakan dampak dari adanya pandemi ini yaitu bagi para pelaku UMKM, dimana para pelaku UMKM merasakan penurunan penghasilan, salah satu desa yang merasakan dampak dari pandemi ini yaitu Desa Cibiru wetan tepatnya di Kampung Cikoneng RW 03. Dimana banyak warganya adalah pelaku UMKM dan merasakan sendiri dampak dari adanya pandemi ini. Agar dapat terus mempertahankan usahanya para pelaku UMKM ini diharuskan memiliki ide-ide yang lebih kreatif dan inovatif lagi dalam mengembangkan usahanya. Dengan adanya permasalahan baru yang diakibatkan oleh adanya pandemi covid-19 ini, maka solusi yang kami tawarkan kepada masyarakat adalah dengan memberikan edukasi perihal bagaimana melakukan pemasaran secara digital mengingat digitalitas di banyak aspek kehidupan manusia sudah sangat menjamur, dan melakukan marketing produk UMKM di beberapa E-commerce merupakan hal yang kami berikan kepada masyarakat sebagai sebuah strategi dalam mengembangkan dan meningkatkan Perekonomian UMKM mereka.

Kata Kunci: Strategi pengembangan, Digital Marketing, Ecommerce, UMKM

Abstract

The existence of Covid -19 pandemic has involve the negative impact on the economy, one of the sectors that most feel the impact of this pandemic is for MSME players, where the MSMEs feel the decline in income, one of the villages that feel the impact of this pandemic is the village of Cibiru Wetan Precisely in Cikoneng Village RW 03. Where many citizens are MSME players and feel their own impact of this pandemic. In order to continue to maintain its business the MSMEs are required to have more creative and innovative ideas again in developing their business. With the existence of new problems

caused by the existence of Covid-19 pandemic, the solution we offer to the public is to provide education on how to do digital marketing considering that the digitality in many aspects of human life is very mushrooming, and doing MSME product marketing in some E -Commerce is the thing we give to the public as a strategy in developing and increasing their MSME economy. Keywords: development strategy, digital marketing, MSME.

Keywords: Development Strategy, Digital Marketing, E – commers, MSME

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 merupakan wabah Penyakit yang memberikan dampak yang sangat luas terhadap pola aktivitas manusia dan juga merubah banyak kebiasaan harian manusia. Covid-19 merupakan wabah virus yang berawal dari kota wuhan tepatnya di Tiongkok, yang mana keberadaan dari virus ini sudah menyebar luas ke berbagai Negara yang menyebabkan timbulnya penyakit *coronavirus disease* 2019 atau yang terkenal dengan sebutan COVID-19.

Covid-19 tidak hanya menyerang sistem kesehatan manusia tapi juga memberikan dampak buruk terhadap berbagai sector kehidupan manusia, Ekonomi merupakan salah satu sector yang terkena dampak negative dari adanya Covid- 19, melemahkan banyak instrumen perekonomian seperti Bursa Efek Indonesia (BEI) melihat pada IHSG di tahun 2020 yang terus menurun seperti yang terjadi pada Quartal 3 ke Quartal 4. Dan ini jelas merefleksikan betapa Covid-19 membuat sector ekonomi kewalahan akibat menurunnya daya beli masyarakat yang dilatarbelakangi oleh banyak nya orang yang tidak lagi memiliki pekerjaan karena menganggur.

Dengan adanya Covid-19 yang melanda seluruh dunia tentunya sangat berdampak besar terhadap penurunan perekonomian secara global, penurunan tersebut juga dirasakan oleh perekonomian masyarakat Indonesia. UMKM adalah satu diantara banyak sector ekonomi yang mengalami penurunan yang diakibatkan oleh Pandemi Covid-19, dimana omset penghasilan yang didapatkan mengalami penuruna dibandingkan dengan tahun – tahun sebelumnya.

Berdasarkan laporan yang dikeluarkan oleh *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)* menjelaskan bahwa dengan adanya pandemi ini sangat berpengaruh terhadap sector perekonomian dikarenakan berpengaruh pada sisi permintaan dan penawaran. OECD juga menyatakan bahwa dengan adanya pandemi UMKM mengalami dampak yang cukup signifikan.

Sementara disisi lain adanya UMKM ini sendiri merupakan salah satu strategi yang dimiliki oleh pemerintah dalam usaha memajukan pembangunan ekonomi dengan cara memberdayakan serta menumbuhkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai dasar pembangunan ekonomi kerakyatan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sendiri merupakan kegiatan usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Dimana usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan.

Adanya pandemi Covid -19 ini sendiri berdampak pada kehidupan sehari – hari masyarakat Indonesia, Salah satunya adalah masyarakat warga Desa Cibiru Wetan tepatnya di Kampung Cikoneng RW 03. Dimana pada kehidupan sehari–harinya warga Kampung Cikoneng ini mengandalkan UMKM sebagai sumber pendapatannya. Desa Cibiru Wetan sendiri merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Pandemi ini menimbulkan dampak buruk terhadap omset pendapatan yang diterima oleh warga desa cikoneng selaku pelaku UMKM, dimana omset yang didapatkan mengalami penurunan. Memiliki ide-ide yang kreatif merupakan hal yang penting yang harus dimiliki oleh para pelaku UMKM untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka demi menghindari hal – hal yang tidak diinginkan seperti kerugian usaha.

Para pelaku UMKM sendiri dapat meningkatkan daya tarik para pembeli dengan cara meningkatkan kualitas baik dari segi produk maupun kemasan. Dikarenakan, pada umumnya daya tarik terbesar yang kerap menarik perhatian pembeli terletak pada kemasan produk tersebut. Semakin menarik kemasan suatu produk maka biasanya semakin menarik produk tersebut untuk dibeli.

Selain meningkatkan kualitas produk maupun kemasan, para pelaku UMKM ini juga dapat memanfaatkan teknologi yang ada saat ini sebagai media pemasaran yang jauh lebih efektif. Dimasa pandemi ini pola transaksi jual-beli mengalami banyak perubahan yang diakibatkan oleh banyaknya aturan baru yang dikeluarkan oleh pemerintah yang mengharuskan masyarakatnya menerapkan *social distancing*, *Work From Home*, maupun anjuran untuk tidak keluar rumah sebagai salah satu upaya mencegah penyebaran covid-19, dimana aturan–aturan pemerintah ini terkadang menyulitkan bagi masyarakat untuk melakukan transaksi jual–beli secara langsung.

Maka dari itu dengan adanya teknologi yang semakin modern ini akan menjadi kesempatan yang baik bagi para pelaku UMKM untuk terus menjalankan usahanya dan meningkatkan penjualannya secara online. Dimana strategi pemasaran secara online ini dianggap lebih mempermudah terjadinya jual beli dan saling menguntungkan bagi pembeli maupun bagi pelaku UMKM itu sendiri.

Dimasa pandemi ini para pelaku UMKM tentunya dituntut untuk lebih kreatif dalam memasarkan produk yang dijualnya guna mencapai pangsa pasar yang lebih

luas lagi, dimana pelaku UMKM ini dapat memanfaatkan social media yang ada untuk dapat secara langsung menawarkan produknya dengan jangkauan yang lebih luas.

Dengan mudahnya penggunaan media E- commers yang dapat diakses secara gratis dan mudah oleh masyarakat luas tentu akan memudahkan para pelaku UMKM untuk dapat memasarkan produknya secara lebih luas lagi, pemasaran secara online dengan menggunakan strategi *Digital marketing* dan penggunaan media E-commers ini sendiri dianggap cenderung lebih efektif dan efisien untuk menawarkan produk yang dijualnya selain itu dengan menggunakan *Digital marketing* para pelaku UMKM dapat mengurangi pengeluaran dan mengalokasikannya untuk biaya promosi.

Menurut (Prabowo, 2018). *Digital marketing* membantu perusahaan atau pelaku usaha dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka dan mampu memperluas pasar yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena adanya keterbatasan waktu, jarak dan cara berkomunikasi. Kehadiran *Digital marketing* sangatlah membantu UMKM memasarkan produknya terutama saat ruang gerak masyarakat dibatasi, sehingga masyarakat dapat lebih mudah memasarkan produk UMKM mereka karena lebih simple, mudah, efisien dan memungkinkan terjadinya *low cost with high profit*.

Dari pembahasan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengenalan *Digital Marketing* sebagai Strategi pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian di masa pandemi Covid-19 (Studi kasus di kampung Cikoneng) ". Dimana penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan solusi yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM agar dapat bertahan dimasa pandemi ini.

B. Metodologi Pengabdian

Pengabdian ini dilakukan di Kampung Cikoneng, Desa Cibiru Wetan, Kabupaten Bandung. Pemilihan lokasi pengabdian ini dilakukan bersamaan dengan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) DR yang berbasis pemberdayaan masyarakat (Sisdamas). Pengabdian ini dilakukan pada bulan Agustus 2021 selama pelaksanaan kegiatan KKN. Adapun yang menjadi narasumber/objek sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di RW 03 Kampung Cikoneng, Desa Cibiru Wetan, Kabupaten Bandung.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *Forum Group Discussion (FGD)*, observasi, wawancara terhadap pelaku UMKM dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini berupaya membantu pelaku UMKM untuk tetap bertahan dan menjalankan usahanya dengan berinovasi dalam mengembangkan dan memasarkan produk. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan pemasaran produk UMKM dengan memanfaatkan *E- Commerce*.

Pelaksanaan pelatihan pemasaran produk UMKM dilakukan dengan mengedukasi para pelaku UMKM perihal Melakukan promosi pemasaran secara digital melalui *E-Commerce* seperti Shopee, TokoPedia, BukaLapak, lazada dll. Dengan harapan masyarakat bisa mendapatkan Keuntungan yang lebih besar dan konsisten.

Adapun rangkaian kegiatan tersebut adalah sebagai berikut: (1) Penyampaian materi mengenai *Digital Marketing*, (2) Pemanfaatan *E-Commerce* sebagai media pemasaran, (3) Strategi bisnis dan cara memaksimalkan promosi melalui *E-Commerce*, (4) Cara pengoperasian *E-Commerce* sebagai media pemasaran.

C. Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan Kegiatan ini sendiri berupa kegiatan pemberian edukasi kepada masyarakat perihal pemasaran produk UMKM secara Digital dengan menggunakan *E-Commerce*, kegiatan ini sendiri dilakukan pada Tanggal 24 Agustus 2021 di Kampung Cikoneng Desa Cibiru Wetan Kabupaten Bandung. Acara pemberian edukasi mengenai penggunaan *E-commerce* ini berlangsung selama kurang lebih selama 90 menit, dengan tahapan kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penyampaian materi mengenai *Digital Marketing*
2. Pemanfaatan *E-Commerce* sebagai media pemasaran
3. Strategi bisnis dan cara memaksimalkan promosi di *E-Commerce*
4. Cara pengoperasian *E-Commerce* sebagai media pemasaran.

Kegiatan pelatihan *E-Commerce* ini sendiri diselenggarakan oleh peserta KKN, yang mana kegiatan ini dihadiri oleh masyarakat disekitar RW 03 yang mana mayoritas masyarakatnya memiliki UMKM dan juga dihadiri oleh perwakilan desa cibiru wetan.

Diselenggarakannya acara ini sendiri memiliki tujuan bahwa kami selaku penyelenggara acara mengharapkan masyarakat kampung cikoneng ini dapat menggunakan dan memanfaatkan digital marketing yang ada dengan sebaik-baiknya, sehingga masyarakat itu sendiri bisa merasakan manfaat dari adanya media itu sendiri yang dapat membantu mereka dalam mempromosikan produk yang dijualnya.

D. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di Kampung Cikoneng, Desa Cibiru Wetan, Kabupaten Bandung telah dilaksanakan sampai selesai dan terlaksana dengan baik. Adapun kami selaku Bidang kemasyarakatan mempunyai perhatian untuk memberikan edukasi kepada Pelaku UMKM di Kampung Cikoneng perihal pemasaran produk secara digital dengan memanfaatkan media *E-commerce*. Melihat banyaknya kegiatan perekonomian yang menurun drastis dikarenakan terjadinya pandemi Covid-19 dan pendapatan masyarakat pun ikut menurun dikarenakan berkurangnya transaksi jual-beli tatap muka secara langsung. Disisi lain ada beberapa sektor usaha yang justru mendapatkan keuntungan lebih dengan

adanya kebijakan pembatasan kegiatan di luar ruangan yang bertemu secara langsung, ada beberapa kegiatan jual-beli yang berbasis digital yang tidak terlalu terdampak oleh adanya pandemi, seperti Penjual obat-obatan secara online, baju, dll. Yang kesemua itu basis aktivitas perdagangannya dibantu dengan media pemasaran secara digital, seperti lewat *E-Commerce* Tokopedia, shopee, Bukalapak, lazada, dll.

Maka dengan itu pengenalan metode pemasaran berbasis digital merupakan sesuatu yang layak dikenalkan kepada masyarakat sebagai alternatif lain untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di masa pandemi ini. Selain itu dengan mengenalkan digital marketing ini tentu saja akan membantu pelaku UMKM untuk lebih mudah memasarkan produk yang dijualnya secara lebih luas tanpa membutuhkan biaya promosi yang besar, dikarenakan dengan menggunakan media e-commers ini para pelaku UMKM hanya membutuhkan internet saja untuk dapat memasarkan produk jualannya kepada masyarakat tanpa harus memikirkan biaya – biaya tambahan lainnya.

Keberadaan *digital marketing* ini sendiri diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM untuk lebih mudah menawarkan produk jualannya dan juga diharapkan dengan adanya digital marketing ini dapat membantu pelaku UMKM untuk lebih kreatif dan inovatif lagi dalam mempromosikan produknya sehingga masyarakat luastertarik untuk membeli produk UMKM tersebut.

Adapun Dokumentasi dari kegiatan tersebut, adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Penyampaian Materi



Gambar 2. Simulasi pengambilan foto produk



Gambar3. Memperlihatkan hasil pengambilan produk



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab



Gambar 5. Sesi Dokumentasi

E. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berbasis pemberdayaan masyarakat (sisdamas) yang mana selaku bidang kemasyarakatan kami memberikan perhatian terhadap pelaku UMKM di kampung Cikoneng lewat pengenalan cara pemasaran secara digital di media-media online seperti menggunakan shopee, tokopedia dan online merchant lainnya. dengan harapan masyarakat bisa mengenal dan memahami perihal media digital dan menggunakan media digital sebagai alternatif lain dalam menambah penghasilan di kala pandemi mengingat bahwa media digital merupakan sarana pemasaran lain yang lebih simple, efisien, efektif, inovatif dan dapat dijalankan dengan modal yang kecil.

Diharapkan lewat pengenalan digital marketing kepada para masyarakat UMKM mereka bisa lebih memahami perihal cara pemasaran produk secara kekinian, terbaru, inovatif dan adaptif terhadap perkembangan zaman yang serba digital dan tidak menutup kemungkinan setiap lini kegiatan kehidupan manusia kedepannya terdigitalisasikan, seperti cara pemasaran produk yang dilakukan secara digital dan terbukti dengan banyaknya masyarakat yang melakukan penjualan di merchant online seperti shopee, tokopedia dll, maka dari itu upaya pengenalan digital marketing kepada masyarakat lewat media seperti shopee, tokopedia dll merupakan sesuatu yang bagus dan inovatif sebagai upaya alternatif lain dalam meningkatkan pendapatan masyarakat terkhusus di kampung cikoneng di kala pandemi. Dan juga setiap civitas masyarakat di tingkat desa maupun kampung cikoneng dapat saling bersinergi satu sama lain demi mewujudkan taraf UMKM yang lebih baik.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, C. I. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang vol.2 no.2*, 56.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol.10 No.1, juni 2020, 90.
- Riyanthi Idayu, Mohamad Husni dan Suhandi. (2021). pengembangan Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Padeglag Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo Vol.7 No. 1*, 74.