

Optimalisasi Media Sosial Sebagai Strategi Marketing Bagi UMKM Di Masa Pandemi

Siti Muslikhaty¹, Takdir Ali Mukti², Latif Nur Indra³

^{1,2}Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

Email: sitimuslikhati@umy.ac.id

DOI: 10.18196/ppm.41.818

Abstrak

Pandemi COVID-19 yang melanda tanah air selama hampir satu tahun telah meluluhlantakkan berbagai sektor bisnis di tanah air. Imbauan untuk berdiam diri di rumah sebagai upaya mencegah mata rantai penyebaran virus, berdampak pada ketidakstabilan ekonomi dan salah satu yang terdampak adalah UMKM. Karena COVID-19 ini banyak para pekerja baik di pabrik, perusahaan, atau lainnya terkena PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) yang mengakibatkan terganggunya pemasukan sedangkan pengeluaran kian meningkat. Selain para pekerja, para pebisnis yang memiliki usaha sendiri atau UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) juga mengalami dampak yang luar biasa, salah satunya ialah dengan berkurangnya pelanggan atau konsumen dikarenakan wajib social distancing atau jaga jarak. Oleh karena itu, Program Pengabdian Masyarakat dengan Skema KKN-PPM Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam kerangka Pemberdayaan Komunitas berbasis Teknologi Informasi (IT), mengambil tema besar "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Media Marketing Di Desa Kentholan Lor RT 04, Kelurahan Guwosari, Kecamatan Pajangan, Bantul". Program Pengabdian Masyarakat Dosen yang menggandeng Mahasiswa KKN Reguler IT Kelompok 099, menjadikan Kelompok Wanita Tani (KWT) Guwosari, Kentholan Lor, Kecamatan Pajangan, Bantul sebagai mitra. Tim telah melakukan survey dan analisis mengenai permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dan ormas KWT (Kelompok Wanita Tani) di sana yang akhirnya dapat ditarik simpulan bahwa permasalahan inti dari semua adalah pemasaran yang berakibat menurunnya omzet penjualan sehingga arus kas terganggu. Dalam hal ini, tim telah membuat rencana-rencana kegiatan yang akan dijalankan di Desa Kentholan Lor ini yaitu sosialisasi mengenai COVID-19 dan pembuatan serta pemanfaatan media sosial, workshop multimedia, serta peningkatan brand identity. Dari program-program tersebut diharapkan dapat terjamin produk mereka yang steril, masing-masing memiliki akun media sosial sebagai lahan untuk menyebarkan produk mereka dengan desain yang menarik pelanggan, bisa meningkatkan skill mereka dalam menggunakan multimedia, dan memiliki brand sendiri untuk produk mereka.

Kata Kunci: optimalisasi media sosial, strategi marketing, pandemic Covid 19.

Pendahuluan

Virus COVID-19 mulai melanda Indonesia pada awal Maret 2020 yang membatasi aktivitas manusia akibat disahkannya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 tahun 2020, disusul oleh Menteri Kesehatan Nomor 9 tentang pembatasan sosial skala besar pada tahun 2020. Nomor (PSBB) Ini adalah rencana pemerintah untuk menangani COVID-19. Pelaksanaan rencana pemerintah tersebut berdampak besar pada berbagai sektor, salah satunya adalah sektor ekonomi di mana aktivitas ekonomi permintaan dan penawaran mengalami perlambatan.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah salah satu dari banyak sektor yang terkena dampak negatif pandemi COVID-19. Ini mengurangi pendapatan para pelaku UMKM. Mereka juga mulai kesulitan untuk menyeimbangkan arus kas, termasuk memenuhi kebutuhan produksi dan operasi, karena omzet mereka tidak sesuai ekspektasi, bahkan beberapa UMKM sudah berada di ambang kritis dan merugi.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) paling terdampak pandemi Covid-19 di wilayah DIY. Bahkan analisis Kantor Perwakilan Bank Indonesia DIY yang berasal dari data yang diolah oleh Dinas Koperasi UKM DIY menunjukkan bahwa lebih dari 55% konsumen tidak dapat menggunakan produk UMKM sehingga menurunkan omzet penjualan UMKM. Situasi ini memperparah fakta bahwa UMKM adalah pihak yang terkena dampak, yang sebagian besar

mengharapkan dukungan informasi atau media pemasaran. Selain itu, mereka juga berharap mendapatkan dukungan kebijakan untuk mendukung pembelian produk UMKM.

Program Pengabdian Masyarakat Skema KKN-PPM, yang menggandeng Mahasiswa KKN IT UMY Kelompok 099 dilaksanakan di Desa Guwosari, Dusun Kentholan Lor, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan dimulai dengan melakukan observasi ke Kelompok Wanita Tani Anugrah Guwosari untuk mencari informasi mengenai ormas sekaligus meminta izin untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat di kelurahan tersebut. Setelah melakukan observasi secara langsung ke KWT serta mendapatkan info bahwa KWT membawahi beberapa UMKM dari anggota mereka. KWT memiliki anggota yang memiliki usaha UMKM berupa jual media tanam, pupuk organik, aneka tanaman buah, servis alat rumah tangga, aneka *snack*, pakan ternak, peyek kacang, dan nasi hijau. Setelah itu kami memilih UMKM yang berfokus pada makanan yaitu “Bismillah Group” (peyek kacang) dan Dapoer Shafana (nasi hijau) memilih kedua mitra UMKM ini dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang pemasaran melalui media *online* yang di mana pada saat ini dibutuhkan untuk memasarkan barang atau pun jasa yang kita miliki dan mengalami penurunan omzet penjualan dikarenakan COVID-19. Sedangkan kami memilih KWT karena pandemi COVID-19 ini membuat kegiatan berhenti sejenak namun membuat was-was karena pandemi yang terjadi serta upaya peningkatan pengetahuan ormas terhadap *social media* untuk mengekspos kegiatan mereka. Analisis SWOT yang didapatkan yaitu kekuatan KWT mempunyai struktur organisasi yang rapi sehingga bagian kerjanya terkoordinasi dengan baik serta sebagian besar dari anggota kelompok mempunyai ternak sapi sehingga dapat menerapkan prinsip pertanian terpadu dengan cara memanfaatkan kotoran ternak untuk memupuk tanaman yang dibudidayakan. Kelemahan KWT dari segi pemasaran, usaha ini masih kurang maksimal dalam menggunakan teknologi yang sudah ada, mereka hanya mempromosikan produknya melalui WhatsApp dan belum ada penyeragaman produk KWT secara spesifik. Peluang KWT menjadi pionir pengembangan SDM warga bukan sebatas bidang Pertanian dan Peternakan tradisional, namun bisa mengembangkan *knowledge* warga tentang IT dipadukan dengan bidang usaha anggota KWT dan juga melebarkan sayap bukan hanya anggota warga desa setempat tapi hingga desa desa lain. Ancaman KWT yaitu banyaknya pesaing dari luar sehingga harus bermain harga untuk mendapatkan pasar serta terkendalanya berbagai kegiatan dikarenakan COVID-19.

Salah satu UMKM yang merasakan dampak dari pandemi COVID-19 ini adalah Dapoer Shafana dan Bismillah Group. Dapoer Shafana dan Bismillah Group merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang terletak di Kentholan Lor RT. 04, Guwosari, Kec. Pajangan, Kab. Bantul. Keduanya sebagai UMKM yang bergerak di bidang kuliner. UMKM Bismillah Group menjual produk peyek kacang, udang kering, dan cabe yang proses produksinya dilakukan secara mandiri. Pada Analisis SWOT didapatkan bahwa kekuatan yang dimiliki dari Bismillah Group sudah memiliki pasarnya tersendiri yang dilakukan secara menitipkan peyek kacang diberbagai tempat seperti lesehan dan sebagainya. Kelemahan yang dimiliki adalah kurangnya pemasaran *online* padahal pada saat pandemi seperti ini penjualan *offline* pasti terganggu maka salah satunya dengan penjualan *online*. Peluang yang dimiliki peyek kacang adalah sebagai camilan di masa pandemi apalagi banyak waktu dihabiskan di rumah, dan ancaman yang dimiliki adalah banyaknya pesaing camilan. Selain itu, UMKM Dapoer Shafana juga menjual berbagai makanan seperti nasi hijau dan jamur crispy. Proses produksinya juga dilakukan secara mandiri. Karena produksi dan

pemasarannya masih terlalu mandiri dan manual sehingga UMKM ini sangat terkendala dalam segi pemasaran produk yang membuat omzet masih di bawah rata-rata. Pada analisis SWOT didapatkan bahwa kekuatan Dapoer Shafanasudah memiliki pelanggan dan penjualan secara *online* yang mana disebar melalui WhatsApp dan status WhatsApp. Kelemahan yang dimiliki dalam *social media* adalah kurang aktif dalam melakukan pemasaran melalui Instagram yang mana media sosial ini menjadi salah satu yang paling atraktif. Peluang yang dimiliki nasi hijau adalah makanan khas Bandung di mana di Jogja ini masih langka dalam penjualannya sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Masyarakat Indonesia menyukai kuliner yang menarik apalagi dengan harga yang murah, dan ancaman yang dimiliki munculnya pesaing di bidang kuliner karena dampak dari Covid-19.

Oleh karena itu, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyelenggarakan program Pengabdian Masyarakat Skema KKN-PPM dalam kerangka pemberdayaan komunitas berbasis teknologi sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat melalui pemberdayaan UMKM. Dengan adanya pengabdian ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM untuk tetap bertahan terutama pada masa pandemi dengan terus meningkatkan kualitas, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan ilmu teknologi. Hal ini juga sesuai dengan upaya yang dilakukan oleh pemerintah yang mulai memprioritaskan adanya transformasi UMKM, dari yang selama ini secara konvensional (*offline*) menjadi ekonomi digital (*online*).

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka program kerja ini dirancang guna:

1. Melakukan upaya untuk mengoptimalkan kerjasama tim dalam ormas.
2. Memberikan edukasi tambahan kepada mitra UMKM terkait pentingnya mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai salah satu alat untuk memperluas jaringan pemasaran produk.
3. Memberikan pendampingan dan pelatihan terkait pemanfaatan multimedia dalam membuat konten pemasaran produk.
4. Menjamin pengemasan dilakukan dengan protokol kesehatan di masa pandemi COVID-19.
5. Memberikan edukasi kepada Ormas terkait pentingnya menerapkan protokol kesehatan COVID-19.

Metode Pelaksanaan

(Untuk dapat merealisasikan program kerja KKN 099 di mitra UMKM dan Ormas di Dusun Kentholan Lor, Guwosari, Pajangan, Bantul, DIY. Maka dalam pelaksanaan kegiatan KKN ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Observasi

Tahap observasi ini dilakukan sebelum kita terjun ke lapangan untuk melaksanakan kegiatan KKN. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan informasi, menggali potensi masalah yang terjadi pada mitra untuk kemudian diadaptasi menjadi program kerja dalam kegiatan KKN.

2. Survey

Pelaksanaan *survey* dilakukan dalam rangka mencari informasi untuk merealisasikan program yang sudah ditentukan sebelumnya, seperti mencari hal-hal untuk keperluan sosialisasi.

3. Diskusi

Diskusi untuk merealisasikan program kerja yang sudah dirancang antara pelaksanaan kegiatan KKN dengan mitra UMKM. Adanya kegiatan diskusi ini untuk mencapai sinkronisasi,

sehingga harapannya tidak terjadi kesalahpahaman antara pelaksana dengan mitra yang dituju dalam merealisasikan program kerja kegiatan KKN.

4. Sosialisasi

Sosialisasi ini dilakukan dengan memaparkan program kerja yang akan dilaksanakan kepada mitra UMKM berdasarkan hasil diskusi.

5. Eksekusi

Pada tahapan ini yaitu pelaksanaan program yang sudah direncanakan serta mengajak pihak mitra untuk ikut serta dalam kegiatan ini.

Hasil dan Pembahasan

Kelompok Wanita Tani (KWT) Anugrah Guwosari merupakan mitra Program Pengabdian Masyarakat Skema Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran Dan Pemberdayaan Masyarakat (KKN- PPM) Tahun 2020/2021. KWT Anugrah Guwosari membawahi beberapa UMKM dari anggota mereka. Hanya saja Program Pengabdian Masyarakat KKN-PPM memfokuskan pada 2 UMKM yang bergerak pada bidang kuliner yaitu Bismillah Group (peyek kacang) dan Dapoer Shafana (nasi hijau). Baik KWT Anugrah sebagai organisasi masyarakat maupun kedua UMKM ini memiliki masalah yang sama berupa kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan media *online* untuk optimalisasi kegiatan dan pemasaran mereka. Pemanfaatan media *online* ini dibutuhkan saat terjadi pembatasan sosial di masa Pandemi.

Program Pengabdian Masyarakat dengan Skema KKN-PPM dimulai dari kegiatan sosialisasi protokol COVID-19. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Rabu, 20 Januari 2021. Program ini dilakukan pada masa PSBB sehingga penyampaian materi diselenggarakan secara *online* melalui WhatsApp Group KWT Anugrah Guwosari. Dalam hal ini, kegiatan dipandu oleh moderator dari Tim Pengabdian Masyarakat yakni saudari Anggia Adya Murti dan penyampaian materi disampaikan oleh saudari Sekar Salma Azizah melalui video pendek yang dibuat oleh tim. Sasaran program kegiatan ini adalah KWT Anugrah Guwosari, dua UMKM (Dapoer Shafana dan EmHa Kitchen) serta diharapkan masyarakat pada umumnya. Kegiatan ini diikuti dengan sangat antusias oleh mitra, meskipun materi yang disampaikan sangatlah terbatas mengingat kondisi yang tidak memungkinkan untuk bertemu secara langsung. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan edukasi terkait penerapan protokol kesehatan di masa pandemi COVID-19 dan pelaksanaan kebiasaan hidup sehat. Sebagaimana isi video pendek yang ditayangkan sebagai materi sosialisasi, di dalamnya berisi segala informasi yang berkaitan dengan gaya hidup sehat, penerapan protokol COVID-19, dan pencegahannya serta hal-hal lainnya yang berkaitan dengan masalah kesehatan. Proses kegiatan berjalan lancar sesuai dengan apa yang diharapkan. Dimulai dengan pembukaan oleh moderator dan dilanjutkan penyampaian materi melalui video pendek oleh pemateri. Selanjutnya kegiatan diisi dengan diskusi dan *sharing* pengalaman terkait COVID

19 dan gaya hidup sehat. Diskusi dilaksanakan secara fleksibel mengingat mitra juga memiliki kesibukan lain, dan pada saat yang sama mereka sangat antusias dengan sosialisasi tersebut. *Sharing* pengalaman juga dilakukan oleh tim terkait masalah COVID-19 ini. Diskusi berjalan lancar dan peserta sosialisasi mendapatkan pencerahan dan motivasi untuk tetap berprestasi.

Program selanjutnya adalah pendampingan pengadaan handsanitizer, thermogun, dan sabun cuci tangan. Kegiatan ini diselenggarakan pada tanggal 27 Januari 2021 yang bertempat di Desa

Guwosari di mana Ovie Erinata dan Merza Protela A'yuni sebagai penanggung jawabnya. Beberapa anggota tim juga ikut berpartisipasi dalam kegiatan ini untuk pemasangan *banner* di masjid setempat. Kegiatan ini dilakukan dalam rangka meningkatkan kesadaran masyarakat akan COVID-19 serta mengingatkan kepada masyarakat agar selalu mematuhi protokol kesehatan. Kegiatan ini meliputi pemasangan *banner* terkait COVID-19 di masjid Kentholan Lor RT 4, pembagian masker, thermogun, handsanitizer dan sabun cuci tangan kepada UMKM dan ormas serta pemasangan poster COVID-19 di beberapa musala setempat. Kegiatan ini berjalan dengan lancar berkat kerjasama dan kekompakan dari teman-teman yang berkontribusi.

Setelah kegiatan edukasi hidup sehat menghadapi COVID-19, mitra diikutkan dalam kegiatan sosialisasi pembuatan dan pemanfaatan media sosial. Program ini diselenggarakan pada tanggal 3 Februari 2021 yang bertempat di KWT Anugrah Guwosari dengan pemateri Siti Muslikhati dan Latif Nur Indra. Kegiatan ini diadakan dalam rangka mengenalkan berbagai macam aplikasi media sosial yang dapat membantu dalam mengembangkan bisnis di era *new normal* serta pentingnya peran sosial media dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha dalam kondisi saat ini. Tidak hanya itu, kegiatan ini juga untuk membantu ormas dan UMKM dalam pembuatan akun media sosial untuk seluruh mitra berupa Instagram, Facebook, Gojek, dan *website*. Kemudian juga melakukan praktik langsung bagaimana cara mengoperasikan aplikasi media sosial Instagram dan penggunaan *website*. Kegiatan ini dilaksanakan dengan memberikan materi terkait media sosial, setelah itu lanjut dengan tanya jawab dan mempraktikkan langsung seperti pembuatan akun Instagram, akun Facebook, dan juga praktik bagaimana cara mengoperasikan aplikasi media sosial serta penggunaan *website*. Rasa ingin tahu yang besar dari ibu-ibu membuat acara ini menjadi komunikatif. Kegiatan ini berjalan dengan lancar seperti yang diharapkan berkat kerja sama dan kekompakan dari teman-teman serta antusiasme masyarakat. Mulai dari pembukaan, penyampaian materi, *sharing season*, hingga proses pembuatan akun media sosial untuk UMKM.

Kegiatan berikutnya adalah *workshop* multimedia. Program ini diselenggarakan pada tanggal 10 Februari 2021 yang bertempat di KWT Anugrah Guwosari dengan pemateri M. Akbar Darma Putra dan Erwin Ramadani. Kegiatan dilaksanakan dalam rangka memberikan pengetahuan kepada mitra tentang bagaimana cara agar mampu menyajikan konten *marketing* yang menarik, mengingat kebiasaan belanja *online* sedang meningkat. Dalam proses kegiatan dilakukan persentase tentang pentingnya foto produk di mana sangat mampu membuat orang tertarik. Selain itu, juga melakukan praktik cara memfoto produk yang baik dan benar agar terlihat profesional dan menarik minat konsumen serta pengoperasian aplikasi *editing* sebagai hal penunjang dalam mendapatkan foto produk yang bagus untuk meningkatkan *marketing*. Para ibu terlihat sangat antusias dalam belajar maupun mendapatkan ilmu tentang penggunaan warna dalam mengedit foto produk yang dilanjutkan praktik foto produk lalu melakukan *editing* pada foto untuk menambah sebuah *twibbon*. Kegiatan ini berjalan dengan lancar seperti yang diharapkan. Mulai dari pembukaan, penyampaian materi, *sharing season*, hingga praktik foto produk yang benar dan *editing* foto. Kegiatan ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya kerjasama dan kekompakan anggota KKN serta dukungan dan antusias dari para ibu KWT dan UMKM.

Kegiatan yang terakhir yaitu pemberian alat pendukung kegiatan operasional, *marketing*, dan kenang-kenangan serta tanda terima kasih. Program ini diselenggarakan pada tanggal 14 Februari 2021 yang bertempat di KWT Anugrah Guwosari yang dihadiri oleh seluruh anggota Tim

Pengabdian Masyarakat KKN-PPM. Acara ini dilakukan dalam rangka pemberian barang-barang yang berkaitan dengan kebutuhan dari 2 UMKM tersendiri yang telah kami musyawarahkan bersama-sama lalu pemberian kenang-kenangan berupa plakat serta sertifikat. Proses kegiatan diawali dengan pembukaan dari Ibu Siti Muslikhati, S.IP., M.Si., selaku Ketua Tim Pengabdian Masyarakat, dilanjutkan sambutan serta penutup dari ketua KWT. Kegiatan ini berjalan dengan lancar seperti yang diharapkan. Mulai dari pembukaan, ucapan terimakasih kepada KWT dan kedua UMKM, hingga pemberian tanda terima kasih dan kenang-kenangan. Acara berjalan dengan khidmat dan penuh rasa haru. Ibu-ibu merasa bersyukur bisa belajar dengan Tim dan merasa sedih karena kegiatan ini telah berakhir.

Simpulan

Kegiatan ini berjalan dengan lancar walaupun dilaksanakan secara *online* dan *offline*, dikarenakan pandemi COVID-19 ini, namun program-program yang dilaksanakan tetap berjalan dengan lancar. Antusiasme masyarakat dalam kegiatan ini juga sangat baik, yang menjadikan para anggota KKN 099 semangat dalam menyampaikan materi dan memberikan pelatihan secara langsung. Kegiatan ini diharapkan akan memberikan dampak bagi masyarakat baik jangka pendek maupun jangka panjang. Setelah melakukan pembelajaran dan pelatihan ini semoga masyarakat menjadi sadar bahwa dalam masa pandemi ini bukan berarti menyerah dengan keadaan, akan tetapi harus tetap bangkit dan beradaptasi dengan kondisi yang baru, mulai memanfaatkan akun media sosial untuk menjual produk, yang jangkauannya akan lebih luas dari sebelumnya.

Mitra berperan sangat penting dalam menyediakan data awal yang dibutuhkan untuk pelaksanaan program, serta memfasilitasi kehadiran peserta dalam Program Pengabdian Masyarakat. Mitra juga memberikan tanggapan positif terhadap pelaksanaan program KKN PPM dan berharap bisa dilakukan pelatihan-pelatihan selanjutnya.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada UMY melalui LP3M yang telah mendanai Program Pengabdian Masyarakat Skema KKN-PPM (Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat) ini dan kepada Kelompok Wanita Tani (KWT) Anugrah Guwosari, beserta UMKM di bawahnya atas bantuan dan kerja samanya selama program.

Daftar Pustaka

- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89-98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Raden Yusuf Nayamenggala (2021). Beralih ke Digital, Kunci UMKM Bertahan di Masa Pandemi. <https://merahputih.com/post/read/beralih-ke-digital-kunci-umkm-bertahan-di-masa-pandemi>
- Sugiri D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76-86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Zainal Abidin Achmad (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.10, No.1, April 2020