

Pemberdayaan UMKM Melalui Pendampingan Manajemen Bisnis Dan *Digital Marketing* Di Masa Pandemi *Covid-19*

L P K Pratiwi*¹, I M Tamba², I M Budiassa³, N P A Amaral⁴, I G A D Yuniti⁵,

^{1,2,3,4,5}Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

*email: kirana.pratiwi@unmas.ac.id

Nomor Handphone Untuk keperluan koordinasi : 081239954086

Abstrak

Efektivitas penjualan merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam bisnis sebagai sumber utama pendapatan. Implementasi manajemen bisnis dalam bidang produksi, keuangan, dan pemasaran sebagai dasar peningkatan efektivitas volume penjualan produk. Pemasaran digital melalui media social menjadi sasaran promosi utama pelaku usaha Usaha Kecil Mikro Menengah karena mampu menjangkau pasar secara luas dengan biaya terendah terutama masa pandemic *covid-19*. Penggunaan digital marketing perlu mempertimbangkan mode transmisi, waktu, konteks, format dan penerimaan. Program pengabdian ini dilakukan untuk membantu Usaha Kecil Mikro Menengah Nasi Babi Guling Buk Eka di Desa Tua, Marga Tabanan untuk menerapkan manajemen bisnis dan digital marketing melalui social media sebagai media promosi utama dalam upaya peningkatan volume penjualan di masa pandemic *covid-19*. Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kegiatan pemberdayaan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Usaha Kecil Mikro Menengah dalam menerapkan manajemen bisnis dan digital marketing. Hal yang disarankan adalah agar semua UMKM secara berkelanjutan dalam mengimplementasi manajemen bisnis dan digital marketing sebagai upaya peningkatan efektivitas penjualan di masa pandemic *covid-19*.

Kata Kunci: Manajemen Bisnis, Digital Marketing, Efektivitas Penjualan

Abstract

Sales effectiveness is one of the important activities in business as the main source of income. Implementation of business management in the fields of production, finance, and marketing as the basis for increasing the effectiveness of product sales volume. Digital marketing through social media is the main promotion target for Small Micro and Medium Enterprises because it is able to reach a broad market at the lowest cost, especially during the Covid-19 pandemic. The use of digital marketing needs to consider the mode of transmission, time, context, format and reception. This service program is carried out to help Small Micro and Medium Enterprises "Nasi Babi Guling Buk Eka" in Tua Village, Marga Tabanan to implement business management and digital marketing through social media as the main promotional media in an effort to increase sales volume during the Covid-19 pandemic. The methods used in community service activities are counseling, training, and mentoring. The results of the activity show that empowerment activities are able to increase the knowledge and skills of Small, Micro and Medium Enterprises in implementing business management and digital marketing. It is recommended that all Small, Micro and Medium Enterprises continuously implement business management and digital marketing as an effort to increase sales effectiveness during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Business Management, Digital Marketing, Sales Effectiveness

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 ini membawa dampak yang tidak baik di segala aspek kehidupan, terutama di aspek ekonomi. Negara Indonesia menerapkan PPKM untuk mengurangi dampak penyebaran virus Covid-19[6]. Selain menciptakan krisis kesehatan global, upaya supresi dan mitigasi pandemi Covid-19 juga menimbulkan disrupsi yang kuat pada tatanan perdagangan internasional. Dari sisi penawaran (*supply*),

kebijakan PPKM dan working from home mengakibatkan berkurangnya tenaga kerja yang terlibat dalam aktifitas produksi. Dampak pandemi Covid-19 semakin meningkat terutama pada sektor pariwisata Bali yang mengakibatkan banyak masyarakat yang bekerja di tempat pariwisata dirumahkan. Demi menjaga kelangsungan ekonomi banyak masyarakat yang beralih profesi menjadi pedagang atau memiliki UMKM. Ketangguhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia kembali diuji dalam menghadapi dampak ekonomi akibat penyebaran Covid-19 [3]. Selain membutuhkan dukungan pemerintah, pelaku UMKM perlu melakukan terobosan dan strategi agar tetap mampu bertahan di tengah lesunya ekonomi. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional [5].

Desa Tua secara administrative merupakan salah satu desa dari 16 desa yang ada di Kecamatan Marga, Kabupaten Badung. Luas Wilayah Desa Tua 4.05 km dengan tofografi dataran dan secara agroklimat sangat mendukung pengembangan sektor pertanian dalam arti luas. Desa ini memiliki penduduk sebanyak 4.149 jiwa, terdiri atas 2.015 jiwa laki-laki dan 2.134 jiwa perempuan yang tergabung dalam 743 KK. Usaha Kecil Mikro Menengah Nasi Babi Guling Buk Eka merupakan salah satu usaha makanan yang paling diminati di Desa Tua. Namun, semenjak terjadinya pandemic covid 19, dengan kebijakan PPKM usaha ini penurunan volume penjualan cang cukup signifikan, sehingga berdampak pada pengurangan karyawan yang hampir setengahnya, karena pendapatan mengalami penurunan sampai dengan 50 persen. Konsumen usaha ini kebanyakan wisatawan yang melintas (pesinggahan), dampak pariwisata Bali mengakibatkan penurunan penjualan secara drastic.

Efektivitas penjualan merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam bisnis sebagai sumber utama pendapatan. Suatu bisnis yang baik, secara terpadu mampu pengelola bisnis secara optimal dalam bidang produksi, keuangan, dan pemasaran sebagai dasar peningkatan efektivitas volume penjualan produk. Pemasaran digital melalui media social menjadi sasaran promosi utama pelaku UMKM karena mampu menjangkau pasar secara luas dengan biaya terendah terutama di masa pandemic covid-19. Penggunaan digital marketing perlu mempertimbangkan mode transmisi, waktu, konteks, format dan penerimaan. Untuk menumbuhkan kesadaran, maka selayaknya para UMKM mampu mengelola bisnisnya secara optimal dengan menekan biaya serendah-rendahnya. Dalam kerangka inilah, dilakukan pemberdayaan masyarakat dalam manajemen bisnis dan digital marketing, sehingga masyarakat khususnya UMKM memiliki literasi yang memadai terhadap pengelolaan bisnis secara efisien dengan pemasaran produk yang lebih luas.

2. METODE

Metode yang dilakukan dalam pemberdayaan UMKM untuk menerapkan manajemen bisnis dan digital marketing adalah penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Metode tersebut diharapkan mampu meningkatkan partisipasi, pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam menerapkan manajemen bisnis dan digital marketing secara aplikatif guna meningkatkan efektivitas penjualan produk dan pendapatan di masa pandemic covid-19. Indikator kinerja utama dalam pemberdayaan UMKM adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan anajemen bisnis dan digital marketing produk. Pengukuran pengetahuan dan keterampilan dilakukan dengan penggunaan skala lima, sehingga interval kelas dalam pembuatan kategori tingkat pengetahuan dan keterampilan adalah 16%. Berdasarkan interval kelas tersebut, maka kategori tingkat pengetahuan dan keterampilan disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Kategori Tingkat Pengetahuan dan Keterampilan

No	Range persentase cpaian skor terhadap skor maksimal	Kategori tingkat pengetahuan dan keterampilan
1	20-36%	Sangat Rendah
2	>36%-52%	Rendah
3	>52%-68%	Cukup
4	>68%-84%	Tinggi
5	>84%-100%	Sangat Tinggi

Sebelum dilakuka penyuluhan, pelatihan dan pendampingan, UMKM diberikan *pre-test* dan setelah kegiatan diberikan *post-test*. Jumlah sasaran dari pengabdian masyarakat ini adalah 10 orang, yang semuanya dijadikan responden.

Kegiatan penyuluhan diberikan lebih awal daripada pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran dan kemudian memotivasi sasaran untuk ikut berpartisipasi secara aktif dan berkelanjutan dalam pemberdayaan UMKM dalam menerapkan manajemen bisnis dan digital marketing secara aplikatif guna meningkatkan efektivitas penjualan produk dan pendapatan di masa pandemic covid-19. Adapun materi penyuluhan dan pelatihan yang diberikan meliputi:

1. Penumbuhan kesadaran dan motivasi tentang pentingnya dilakukan manajemen bisnis dalam UMKM, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan monitoring evaluasi.
2. Penumbuhan kesadaran dan motivasi tentang pentingnya menerapkan digital marketing melalui media social sebagai media promosi utama dengan biaya minimum di masa pandemic covid-19.
3. Manajemen produksi produk mulai dari persiapan bahan baku, stok, kemasan apabila permintaan produk melebihi kapasitas produksi.
4. Manajemen keuangan melalui perhitungan pemasukan dan pengeluaran secara konsisten baik harian, bulanan, maupun tahunan.
5. Menerapkan protocol kesehatan 6M (memakai masker, mencuci tangan dengan sabun maupun air mengalir, menjaga jarak, menjaga kerumunana, mengurangi mobilitas, dan menghindari makan bersama) untuk mencegah penularan virus di masa pandemic covid-19.

Semua materi penyuluhan dipresentasikan dengan media LCD dalam rangka memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada sasaran. Semua sasaran atau mitra juga diberikan hardcopy tentang materi penyuluhan tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Tingkat Pengetahuan UMKM Dalam Manajemen Bisnis Dan *Digital Marketing*

Tingkat pengetahuan UMKM Nasi Babi Guling Buk Eka di Desa Tua, Marga, Tabanan ternyata meningkatkan pengetahuan mengenai manajemen bisnis dan digital marketing. Hal ini terbukti dari meningkatnya capaian skor pengetahuan UMKM setelah diberikan penyuluhan, sebagaimana divisualisasikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Tingkat Pengetahuan UMKM dalam Manajemen Bisnis dan Digital Marketing

No	Unsur Pengetahuan	Persentase capaian skor terhadap skor maksimal	
		Sebelum Penyuluhan	Setelah Penyuluhan
1	Pengetahuan tentang pentingnya dilakukan manajemen bisnis dalam UMKM, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan monitoring evaluasi	44	91
2	Pengetahuan tentang pentingnya menerapkan digital marketing melalui media social sebagai media promosi utama dengan biaya minimum di masa pandemic covid-19	38	85
3	Pengetahuan dalam manajemen produksi produk mulai dari persiapan bahan baku, stok, kemasan apabila permintaan produk melebihi kapasitas produksi.	40	81
4	Pengetahuan dalam manajemen keuangan melalui perhitungan pemasukan dan pengeluaran secara konsisten baik harian, bulanan, maupun tahunan	27	77
5	Pengetahuan dalam protokcol kesehatan 6M (memakai masker, mencuci tangan dengan sabun maupun air mengalir, menjaga jarak, menjaga kerumunana, mengurangi mobilitas, dan menghindari makan bersama) untuk mencegah penularan virus di masa pandemic covid-19	23	88
Rata-rata persentase capaian skor terhadap skor maksimal		31,70	85,51

Semua unsur pengetahuan UMKM Nasi Babi Guling Buk Eka di Desa Tua, Marga, Tabanan mengalami peningkatan yang sangat signifikan setelah mengikuti penyuluhan manajemen bisnis dan digital marketing. Tingkat pengetahuan anggota kelompok wanita tani sebelum mengikuti penyuluhan rata-rata hanya 31,70% yang berada dalam kategori sangat rendah dalam hal pengetahuan manajemen bisnis, pemasaran digital, manajemen produksi, manajemen keuangan, dan protokol kesehatan dalam pencegahan penularan virus covid-19. Tingkat pengetahuan UMKM tentang manajemen bisnis masih minim. Kondisi demikian menunjukkan bahwa bahwa tingkat pengetahuan masyarakat terhadap pengelolaan bisnis dari produksi, keuangan, dan pemasaran secara umum masih rendah [1]. Dengan tingkat persepsi yang tinggi tersebut tidak mendorong tingginya tingkat partisipasi warga terhadap pengelolaan usaha.

Setelah mengikuti penyuluhan rata-rata capaian skor pengetahuan mencapai 85,51% yang berada dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan tentang manajemen bisnis dan pemasaran digital merupakan media yang sangat ampuh dalam meningkatkan pengetahuan. Dalam sosialisasi dan pendampingan sistem pengelolaan manajemen bisnis yang aplikatif telah mampu meningkatkan pengetahuan UMKM. Pemasaran digital merupakan solusi pemasaran efektif dengan biaya minimal dalam peningkatan efektivitas penjualan di masa pandemic covid-19 [2]. Capaian hasil kegiatan tersebut tidak terlepas dari tingkat kesungguhan UMKM dalam mengikuti kegiatan penyuluhan. Kesungguhan peserta ditunjukkan melalui keseriusannya dalam mendengarkan, menyimak, dan memahami materi penyuluhan. Sebagaimana diketahui bahwa motivasi merupakan fungsi dari kepentingan. Apabila seseorang memiliki kepentingan terhadap sesuatu, dalam kasus ini yaitu penyuluhan tentang manajemen bisnis dan pemasaran digital, maka orang tersebut akan memiliki motivasi yang tinggi untuk mengikuti kegiatan tersebut.

b. Tingkat Keterampilan UMKM Dalam Manajemen Bisnis Dan *Digital Marketing*

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini, agar UMKM memiliki keterampilan dalam manajemen bisnis dan pemasaran digital. Tingkat ketrampilan UMKM dalam penerapan manajemen bisnis dan pemasaran digital sebelum dan setelah diberikan pelatihan disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Tingkat Keterampilan UMKM dalam Manajemen Bisnis dan Digital Marketing

No	Unsur Keterampilan	Persentase capaian skor terhadap skor maksimal	
		Sebelum Penyuluhan	Setelah Penyuluhan
1	Keterampilan dalam manajemen bisnis mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan monitoring evaluasi	39	90
2	Keterampilan dalam menerapkan digital marketing melalui media social sebagai media promosi utama dengan biaya minimum di masa pandemic covid-19	38	81
3	Keterampilan dalam manajemen produksi produk mulai dari persiapan bahan baku, stok, kemasan apabila permintaan produk melebihi kapasitas produksi.	34	80
4	Keterampilan dalam manajemen keuangan melalui perhitungan pemasukan dan pengeluaran secara konsisten baik harian, bulanan, maupun tahunan	26	74
5	Keterampilan dalam menerapkan protokol kesehatan 6M (memakai masker, mencuci tangan dengan sabun maupun air mengalir, menjaga jarak, menjaga kerumunana, mengurangi mobilitas, dan menghindari makan bersama) untuk mencegah penularan virus di masa pandemic covid-19	28	80
Rata-rata persentase capaian skor terhadap skor maksimal		30,60	82,00

Setelah mengikuti pelatihan manajemen bisnis dan pemasaran digital, ternyata rata-rata tingkat ketrampilan UMKM mengalami peningkatan, dari yang semula rata-rata persentase capaian skornya sebesar 30,60% (kategori sangat rendah), kemudian setelah mengikuti pelatihan rata-rata persentase capaian skor sebesar 82,00% yang berada dalam kategori tinggi. Tingkat ketrampilan dengan kategori tinggi, merupakan kondisi yang telah memberikan jaminan kepada anggota kelompok wanita tani untuk berperan secara optimal dalam penanganan sampah. Dalam UMKM sudah mampu dalam manajemen usaha juga mengaplikasikan pemasaran digital melalui media sosial, karena mereka memiliki keinginan yang tinggi untuk mencoba semua materi yang diajarkan dalam rangka memperoleh manfaat ekonomis dari program pemberdayaan masyarakat [5].

Peranan yang dapat dimainkan oleh UMKM, tidak sebatas untuk kepentingan usaha tetapi juga dapat diberikan kepada anggota masyarakat lainnya melalui kegiatan diseminasi hasil penyuluhan dan pelatihan. Ketika suatu usaha memiliki pengelolaan bisnis yang baik dalam hal produksi, keuangan maupun pemasaran yang utamanya mengeluarkan biaya minimum tentunya mampu meningkatkan efektivitas usaha secara optimal yang mengakibatkan peningkatan laba secara signifikan. Pandemi covid-19 mengakibatkan penurunan volume penjualan maupun pendapatan yang dihasilkan, sehingga diferensiasi produk, kemasakan, efisiensi keuangan, maupun pemasaran digital mampu mengotimalkan tingkat penjualan. Menerapkan protokol kesehatan 6M (dalam hal memakai masker, mencuci tangan dengan sabun maupun air mengalir, menjaga jarak, menjaga kerumunan, mengurangi mobilitas, dan menghindari makan bersama) mampu mencegah penularan virus di masa pandemic covid-19 secara komprehensif.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pemberdayaan Usaha Kecil Mikro Menengah Nasi Babi Guling Buk Eka di Desa Tua, Marga Tabanan, hal yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut.

1. Kegiatan pemberdayaan UMKM mampu meningkatkan pengetahuan pemilik usaha maupun karyawannya dalam manajemen produksi, manajemen keuangan dan digital marketing melalui penggunaan media social yang semula berada pada kategori rendah menjadi tinggi.
2. Kegiatan pemberdayaan UMKM mampu meningkatkan keterampilan pemilik usaha maupun karyawannya dalam menerapkan manajemen produksi, manajemen keuangan dan digital marketing melalui penggunaan media social yang semula berada pada kategori rendah menjadi tinggi

Dengan demikian, agar semua Usaha Kecil Mikro Menengah secara berkelanjutan mampu mengimplementasi manajemen bisnis dan digital marketing melalui penggunaan media social sebagai sarana media promosi alternative dengan biaya minimum sebagai upaya peningkatan efektivitas penjualan di masa pandemic covid-19.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada pihak Rektorat Universitas Mahasaraswati Denpasar yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini baik berupa moril maupun finansial. Selanjutnya ucapan terima kasih ditujukan kepada para dosen dan mahasiswa yang telah bersedia menjadi fasilitator dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Akhmad, K. A. 2015. "Pemanfaatan Media Social Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Study Deskriptif Pada Distro Di Kota Surakarta)". *Duta Com Journal*, 9(1), 43-48.
- [2] Ari Susanti, Budi Istiyanto, Muhammad Jalari. 2020. "Strategi UKM Pada Masa Pandemi Covid-19". *Karya Ilmiah Masyarakat*. Volume 1 (2), 50-56.
- [3] Dalinoma Telaumbanua, 2020. "Urgensi Pembentukan Aturan Terkait Pencegahan Covid-19 di Indonesia". *Qalamuna - Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*, Vol. 12 (1), 59-67.

- [4] Darma Nasution, D. A. 2020. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian". *Jurnal Benefita* 5(2), 212-224.
- [5] Martinus, Sony Erstiawan, Candraningrat, Januar Wibowo. 2021. "Efektivitas Strategi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada UMKM". *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5(1), 109-115.
- [6] Maya, Intan Pratiwi. 2020. "Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM". *Jurnal Ners*, 4(2), 3