



Penyuluhan UMKM Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing

Elvitrianim Purba¹, Sri Trianovie¹, Syuhada^{2,*}

¹Manajemen Informatika, Stmik Mulia Darma, Labuhanbatu, Indonesia

²Pendidikan Agama Islam, Universitas Al Wasliyah, Labuhanbatu, Indonesia

Email: ¹elvitrianim401@email.com, ^{2*}strianovie@gmail.com ^{3*}Ummisyuhadao@gmail.com

Abstrak - Di era new normal merupakan tahapan bagi pemerintah maupun masyarakat untuk menyelesaikan masalah ekonomi yang terjadi di segala lapisan masyarakat. Maka dengan memanfaatkan keadaan new normal ini, maka kami Dosen Lintas Perguruan tinggi yang ada dilabuhanbatu membuat kegiatan penyuluhan UMKM yang bertujuan untuk membangkitkan kembali dan meningkatkan semangat berwirausaha dengan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi dari digital marketing di Desa Bulungit. Penyuluhan ini diikuti oleh 20 warga pemilik UMKM Marbau, Desa Bulungit, Kecamatan Marbau, Kabupaten Labuhanbatu Utara. Dengan melaksanakan penyuluhan UMKM maka kami Dosen lintas Perguruan Tinggi menyimpulkan bahwa penyuluhan UMKM yang kami berikan kepada para pemilik UMKM di Desa Bulungit, Kecamatan Marbau, Kabupaten Labuhanbatu Utara memperoleh dampak perekonomian pelaku UMKM meningkat sehingga mereka mampu untuk mempertahankan kehidupannya.

Kata kunci: Penyuluhan UMKM; Digital Marketing; New Normal.

Abstract - In the new normal era, it is a stage for the government and society to solve economic problems that occur at all levels of society. So by taking advantage of this new normal situation, we intercollegiate lecturers in Labuhanbatu have conducted MSME outreach activities aimed at reviving and increasing the spirit of entrepreneurship by utilizing social media as one of the strategies for digital marketing in Bulungan Village. This counseling was attended by 20 residents of Marbau MSME owners, Bulungan Village, Marbau District, North Labuhanbatu District. By carrying out MSME counseling, we Lecturers across Higher Education concluded that the MSME counseling that we provided to MSME owners in Bulungit Village, Marbau District, North Labuhanbatu Regency had an economic impact on MSME actors increasing so that they were able to maintain their lives.

Keywords: UMKM Counseling; Digital Marketing; New Normal.

1. PENDAHULUAN

Indonesia mengonfirmasi kasus pertama infeksi virus corona penyebab Covid19 pada awal Maret 2020. Sejak itu, berbagai upaya penanggulangan dilakukan pemerintah untuk meredam dampak dari pandemi Covid-19 di berbagai sektor. Hampir seluruh sektor terdampak, tak hanya kesehatan. Sektor ekonomi juga mengalami dampak serius akibat pandemi virus corona [1](Rizal, 2020). Kegiatan ekonomi Indonesia pun terhambat karena Covid-19 yang akhirnya berdampak pada pendapatan Negara. Dampak ekonomi tidak hanya berakibat pada perusahaan bisnis besar saja. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia memberikan pengaruh yang cukup besar, sehingga di masa pandemi ini banyak dampak negatif yang dirasakan [2](Crismawan, 2020). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, seperti diatur dalam Peraturan Perundang-Undang No. 20 tahun 2008. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran penting dalam laju perekonomian negara terutama dalam pemerataan perekonomian, mengurangi kemiskinan, dan memberikan devisa bagi negara [3](Sandi, 2020)

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi sektor yang kena dampak cukup besar ketika pandemi Covid-19. Tak sedikit yang kolaps atau gulung tikar, sehingga membuat banyak orang kehilangan banyak pendapatan. Namun, di era New Normal, ekonomi dan terutama UMKM perlahan bangkit dan mulai gencar mencari strategi baru dalam upaya bertahan [4](Ramadhan, 2020). Di masa sekarang ini tentunya penggunaan teknologi menjadi solusi yang paling tepat untuk membantu roda perekonomian UMKM tetap berjalan. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah melakukan pemasaran melalui media social [5](Reswari, 2020). Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan digital marketing untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita tahu, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan [6](Pangestika, 2020).

Pelaku usaha kecil dan menengah harus segera dapat beradaptasi di masa pandemi Covid-19 ini agar usaha yang dijalankan dapat terus tumbuh dan bertahan. Salah satu caranya adalah dengan mengoptimalkan teknologi digital. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, hingga saat ini dari total 64 juta pelaku UMKM, baru sekitar 8 juta atau 13% yang sudah terhubung dengan dunia digital. Padahal, transaksi di dunia digital terus meningkat, terutama di masa pandemi ini, ketika pergerakan masyarakat mulai dibatasi. [7]

Namun terlepas dari semua kendala, ada 3 hal penting yg harus diperhatikan dalam mendukung Digitalisasi UMKM Produktif: 1) Produksi yang dihasilkan tidak hanya harus berkualitas baik, mempunyai nilai lebih dari produk lain dan dapat bersaing di pasar tetapi juga harus memiliki proses pengemasan yang baik, 2) Di Masa PSBB menuju

Masa New Normal membuat distribusi produk juga ikut terganggu yang membuat barang kiriman yang dipesan atau yang dibeli menjadi lama diterima, 3) Dengan kondisi yang terjadi saat ini ada hal-hal yang harus diperhatikan dalam masalah promosi [8](Nisa, Merdeka.com, 2020).

Dampak COVID-19 terhadap pelaku UMKM juga dialami oleh warga Desa Bulungit, Kecamatan Marbau, Kabupaten Labuhanbatu yang menjadi pelaku UMKM. Ada sekitar 12 UMKM yang dimiliki oleh warga setempat. Terdiri atas usaha kuliner, ternak ikan lele dan meubel. Semua pelaku UMKM di Marbau mendapatkan dampak yang cukup besar dari pandemi COVID-19 ini, dari mulai kesulitan dalam memperoleh bahan baku, menurunnya jumlah pembeli, sampai adanya pelaku UMKM yang berhenti berwirausaha. Kondisi inilah yang mendorong perlunya upaya untuk lebih berfokus pada pengembangan jaringan, salah satunya adalah melalui penerapan strategi pemasaran digital. Strategi ini dipilih bukan hanya karena biayanya yang lebih terjangkau bagi pelaku UMKM, akan tetapi juga pada dampak jaringannya yang lebih luas, dan dapat menjangkau segmen konsumen yang lebih beragam (Hapsoro, Palupiningdyah, & Slamet, 2019). Dari berbagai jenis dan kondisi UMKM, pemasaran dan penjualan online dapat dilakukan melalui platform media sosial yaitu Facebook Marketplace yang penggunaannya cukup mudah, dapat dilakukan kapanpun dan di manapun serta dapat menjangkau ke seluruh pengguna Facebook. Sehingga promosi produk UMKM dan pelayanan penjualan online dapat dilakukan dengan mudah dan cepat yang nantinya secara tidak langsung akan meningkatkan penghasilan dari pelaku UMKM [9](Susanto, Sari, Moses, & dkk, 2020) Sebagai bentuk pengabdian masyarakat serta implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, Dosen Lintas Perguruan tinggi yang ada di Labuhanbatu mengadakan sebuah kegiatan penyuluhan UMKM. Dalam pelaksanaannya, kegiatan penyuluhan UMKM dalam rangka mengembalikan semangat berwirausaha dan memberikan wawasan terkait strategi pemasaran dengan digital marketing yang didanai oleh Iuran Dosen-dosen yang mengikuti Pengabdian masyarakat. Tujuan diadakannya kegiatan penyuluhan UMKM diharapkan dapat meningkatkan strategi pemasaran bagi para pelaku UMKM. Kegiatan ini ditujukan kepada para pelaku UMKM di Desa Bulungit khususnya Marbau yang mengalami masalah dalam pemasaran maupun penjualan produk karena pandemi Covid-19. Oleh karena itu, Dosen lintas Perguruan Tinggi mengadakan kegiatan Penyuluhan UMKM.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Penyuluhan UMKM yang dilaksanakan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat diikuti oleh 17 warga Labuhanbatu Utara, Kecamatan Marbau, Kelurahan Marbau, Desa Bulungit, Kabupaten Labuhanbatu. Tahapan dalam penyuluhan ini : Tahap pertama, mencari dan mengumpulkan data warga Marbau Desa Bulungit yang memiliki UMKM melalui wawancara Ketua RT Marbau, Desa Bulungit . Syarat peserta penyuluhan yaitu : 1) warga asli Desa Bulungit; dan 2) pemilik UMKM. Tahapan kedua, persiapan pelaksanaan penyuluhan. Persiapan dimulai dengan menata tempat yang akan digunakan penyuluhan. Dilanjut dengan pemasangan MMT Penyuluhan UMKM dan penataan meja untuk registrasi peserta penyuluhan. Kemudian setting mikrofon, sound, dan laptop untuk media penyampaian penyuluhan. Dan diakhiri dengan gladi resik (GR) penyuluhan UMKM. Tahapan ketiga, pelaksanaan penyuluhan UMKM. Penyuluhan UMKM dilaksanakan pada tanggal 01 Agustus 2023 yang bertempat di Kecamatan Marbau, Desa bulungit, Kabupaten Labuhanbatu, Serta penyuluhan merupakan pemilik UMKM yang berdomisili di Marbau, Desa Bulungit, Kabupaten Labuhanbatu. Pelaksanaan diawali dengan :

1) Pembukaan oleh MC, 2) sambutan dari Ketua Panitia Penyuluhan UMKM, 3) sambutan dari Pak Lurah Kelurahan Marbau, 4) penyampaian materi penyuluhan oleh pemateri yaitu ekonomi digital marketing, 5) sesi tanya jawab, dan 6) foto bersama. Tahapan keempat, pendampingan pemasaran melalui media sosial. Dilaksanakan setelah diadakannya penyuluhan UMKM dengan cara panitia penyuluhan dibagi dengan 1 orang panitia mendampingi 2 pemilik UMKM.

Tahapan kedua, persiapan pelaksanaan penyuluhan. Persiapan dimulai dengan menata tempat yang akan digunakan penyuluhan, yakni di Kantor Lurah Marbau. Dilanjut dengan pemasangan MMT Penyuluhan UMKM dan penataan meja untuk registrasi peserta penyuluhan. Kemudian setting mikrofon, sound, dan laptop untuk media penyampaian penyuluhan. Dan diakhiri dengan gladi resik (GR) penyuluhan UMKM.

Tahapan ketiga, pelaksanaan penyuluhan UMKM. Penyuluhan UMKM dilaksanakan pada tanggal 01 Agustus 2023 yang bertempat di Marbau, Desa Bulungit, Kabupaten Labuhanbatu. Peserta penyuluhan merupakan pemilik UMKM yang berdomisili di Desa Bulungit. Pelaksanaan diawali dengan : 1) pembukaan oleh MC, 2) sambutan dari Ketua Panitia Penyuluhan UMKM, 3) sambutan dari Bapak Lurah Kelurahan, 4) penyampaian materi penyuluhan oleh pemateri yaitu ekonomi digital marketing, 5) sesi tanya jawab, dan 6) foto bersama.

Tahapan keempat, pendampingan pemasaran melalui media sosial. Dilaksanakan setelah diadakannya penyuluhan UMKM dengan cara panitia penyuluhan dibagi dengan 1 orang panitia mendampingi 2 pemilik UMKM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran digital dapat didefinisikan sebagai upaya pemasaran atau promosi untuk nama, logo, atau lini barang perusahaan yang menggunakan media digital. Tujuan pemasaran ini adalah untuk menjangkau konsumen sebanyak mungkin secara efisien, efektif, dan relevan. Hal ini dapat dicapai melalui iklan online atau platform media sosial seperti Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, dan platform lain yang populer di kalangan pengusaha. Pemasaran digital, yang sangat mudah beradaptasi, semakin populer sejak diperkenalkan pada tahun 2000, menjadikannya jenis pemasaran yang paling sering digunakan dan disukai oleh perusahaan yang ingin mengiklankan barang dan jasa mereka. Pemasaran digital menjadi semakin populer di kalangan pemilik bisnis karena mereka mengubah taktik karena dianggap lebih efisien daripada metode tradisional. Karena keuntungan pemasaran digital, yang bisa lebih nyaman, nyaman, mudah beradaptasi, dan cepat daripada sistem konvensional. Akibatnya, konsumen merasa sangat sederhana, dan pemasar dapat secara efektif menjangkau pasar sasaran mereka. Gambar 2. Suasana Sosialisasi Digital Marketing Para pelaku bisnis memanfaatkan pemasaran digital sebagai platform untuk mengiklankan barang dan jasa yang mereka sediakan. Digital marketing saat ini menjadi strategi pemasaran yang paling umum dan disukai di kalangan pebisnis. Ini agar bisnis dapat secara efektif menjangkau target pasar mereka dengan pemasaran digital. Selain itu, pemasaran digital dapat memberi pelanggan lebih banyak kenyamanan, kemudahan, dan kecepatan daripada metode sebelumnya. Karena pemilik bisnis dapat mengiklankan barang dan jasanya menggunakan perangkat apa pun, termasuk ponsel, tablet, komputer, televisi, media sosial, video, YouTube, email, dan media digital lainnya, tidak ada batasan dalam pemasaran digital.



Gambar 1. Permohonan izin sekaligus wawancara dengan Pak Lurah Marbau untuk mengadakan penyuluhan UMKM

Para pelaku bisnis memanfaatkan pemasaran digital sebagai platform untuk mengiklankan barang dan jasa yang mereka sediakan. Digital marketing saat ini menjadi strategi pemasaran yang paling umum dan disukai di kalangan pebisnis. Ini agar bisnis dapat secara efektif menjangkau target pasar mereka dengan pemasaran digital. Selain itu, pemasaran digital dapat memberi pelanggan lebih banyak kenyamanan, kemudahan, dan kecepatan daripada metode sebelumnya. Karena pemilik bisnis dapat mengiklankan barang dan jasanya menggunakan perangkat apa pun, termasuk ponsel, tablet, komputer, televisi, media sosial, video, YouTube, email, dan media digital lainnya, tidak ada batasan dalam pemasaran digital.

Warga sekitar sangat antusias untuk bertanya tentang informasi yang diberikan para pemateri, khususnya terkait digital marketing untuk UMKM. Di akhir kegiatan, dilakukan pertanyaan singkat kepada para peserta untuk memastikan bahwa peserta sudah memahami apa yang sudah disampaikan oleh pemateri dan akan mendapatkan door prizedari timpengabd Hasil kegiatan ini sejalan dengan pernyataan Selviyanti et al. (2023), bahwa beberapa mitra percaya bahwa pemasaran digital lebih berhasil daripada pemasaran konvensional atau tradisional. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan permasalahan UMKM yaitu kurangnya kesadaran, bakat, dan pengetahuan UMKM tentang pentingnya digital marketing untuk memaksimalkan kegiatan promosi dapat teratasi.

Pada saat pelaksanaan penyuluhan UMKM, peserta pengabdian masyarakat tetap memperhatikan protokol kesehatan di masa pandemi Covid-19 antara lain mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir, menggunakan masker, dan menjaga jarak. Kegiatan penyuluhan UMKM dilakukan dalam empat tahap. Adapun hasil (output) yang didapatkan dari kegiatan penyuluhan UMKM antara lain :

- Tahap pertama yakni permohonan izin ke Bapak Lurahlungit untuk mengadakan penyuluhan UMKM dan juga meminta data warga Marbau yang memiliki UMKM.
- Tahap kedua yakni persiapan pelaksanaan penyuluhan UMKM yang akan diikuti oleh warga Marbau dan panitia penyuluhan UMKM.
- Tahap ketiga yakni pelaksanaan penyuluhan UMKM yang dilaksanakan pada hari sabtu, 01 Agustus 2023. Warga yang mengikuti kegiatan ini sebanyak 15 warga Marbaou dan 5 panitia penyuluhan UMKM. Para warga sangat antusias melontarkan beberapa pertanyaan terkait tentang materi penyuluhan UMKM yang telah

disampaikan oleh pemateri yaitu ekonomi digital marketing dan setiap peserta penyuluhan UMKM yang bertanya akan mendapatkan door prize berupa hand sanitizer dari panitia penyuluhan UMKM.

- d. Tahap keempat yakni setelah pelaksanaan penyuluhan UMKM, panitia penyuluhan UMKM mengadakan pendampingan pemasaran melalui media sosial kepada peserta penyuluhan UMKM. Peserta penyuluhan UMKM sangat merasakan perbedaan sebelum dan setelah memasarkan produknya melalui media sosial. Setelah produk pemilik UMKM dipasarkan melalui media sosial, perekonomian pemilik UMKM meningkat pesat.



Gambar 2. Pelaksanaan Penyuluhan pemasaran melalui media sosial

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penyuluhan UMKM oleh Dosen Lintas Perguruan Tinggi 2023 yang dilakukan di Desa Bulungit, Kecamatan Marbau, Kabupat Labuhanbatu Utara tentang ekonomi digital marketing disimpulkan bahwa kegiatan penyuluhan UMKM dengan mengundang warga masyarakat sekitar khususnya para pemilik UMKM dapat membangkitkan kembali semangat warga dalam menjalankan kembali usahanya melalui pemanfaatan media sosial juga memberikan wawasan untuk meningkatkan strategi pemasaran. Hal tersebut berdampak pada ekonomi masyarakat yang mengalami peningkatan. Saran dari kami adalah untuk memperluas jangkauan peserta penyuluhan agar ilmu tersampaikan kepada masyarakat luas

REFERENCES

- [1] Rizal, "Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan," Selaparang. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 2020.
- [2] Crismawan, "Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan," Selaparang. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 2020.
- [3] 2. A (Sandi, "Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan," Selaparang. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 2020.
- [4] Ramadhan, "Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan," Selaparang. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 2020.
- [5] Reswari, "Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan," Selaparang. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 2020.
- [6] Pangestika, "Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan," Keywords: Umkm Counseling; Digital Marketing; New Normal., 2020.
- [7] Andriani, "Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan," Selaparang. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 2020.
- [8] M. Nisa, "Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan," Selaparang. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan , 2020.
- [9] S. M. & D. Susanto, "Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan," Susanto, Sari, Moses, & Dkk, 2020.
- [10] A. Karim, M. Bobbi, K. Nasution, And S. Suryadi, "Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Smk Negeri 1 Rantauprapat," Vol. 3, No. 2, Pp. 115–119, 2022, Doi: 10.47065/Jrespro.V3i2.2759.
- [11] A. Karim And E. Purba, "Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Masyarakat Tanjung Medan," Vol. 1, No. 3, Pp. 85–88, 2022.