

PEMBERDAYAAN UNTUK MASYARAKAT TENTANG MODEL PEMASARAN INOVATIF DAN KREATIF DI MASA PANDEMI

Dimas Aldiyanto, Desi Nadya
Aulena, M. Ramadhana
Reksoprodjo

Manajemen, Universitas
Pancasila

Article history
Received : 4/03/2021
Revised : 6/04/2021
Accepted : 8/5/2021

Email :
dimas_0502@outlook.com

Abstraksi

Kuliah Kerja Nyata diterapkan dalam bentuk pengabdian pelatihan, pembimbingan, dan pemberdayaan kepada masyarakat sekitar yang diharap mampu membantu masalah yang terjadi dalam lingkungan masyarakat tersebut. Pada masa pandemi, KKN dilaksanakan sesuai dengan protokol COVID-19, dimana mahasiswa dituntut dapat berinovasi dalam melaksanakan program kerja yang sudah diberikan. Banyak UMKM di masa pandemi ini yang mengalami penurunan karena pelaku UMKM belum mengetahui metode pemasaran yang tepat di masa pandemi seperti ini. Berdasarkan masalah tersebut, penulis melakukan pemberdayaan dengan membimbing dan memberikan informasi sesuai dengan protokol kesehatan tentang metode branding yang dapat menaikkan jumlah pendapatan dari UMKM di masa pandemi

Keywords: KKN, COVID-19, Pemasaran

Abstract

KKN is applied in form of services, training, guidance, and empowerment to the society and hoping that it could solve the problem on what is happening in the environment. In this pandemic, KKN is held based on protocol of COVID-19, where students are expected to be inovative in this program that has given. There are so many MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) experiencing decreases because they have not know the right marketing method in this situation. Based on that problem, the author helped people by giving them information about branding method to increase their income in this pandemic.

Keywords: KKN, COVID-19, Marketing

© 2021 PenerbitLPPM UP. All rights reserved

PENDAHULUAN

COVID-19 merupakan penyakit yang disebabkan oleh virus severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2). COVID-19 ini dapat menyebabkan berbagai macam gangguan pada tubuh manusia, seperti gangguan sistem pernapasan, dimulai dari gejala ringan seperti flu, hingga infeksi

paru-paru seperti pneumonia. Karena virus tersebut sangat mudah masuk ke tubuh manusia, terutama bagi yang memiliki imun yang rendah, maka penyakit tersebut ditetapkan oleh WHO atau *World Health Organization* sebagai pandemi pada tanggal 9 Maret 2020.

Keadaan pandemi ini mengharuskan masyarakat untuk menerapkan protokol-

protokol kesehatan, salah satunya adalah menerapkan social distancing atau menjaga jarak dan menghindari kerumunan. Hal tersebut menyebabkan kegiatan-kegiatan yang melibatkan banyak orang harus dihindari dan lebih baik mengerjakan semuanya dari rumah. Tentu keadaan seperti ini berdampak pada berbagai macam hal, termasuk roda perekonomian. Banyak pelaku-pelaku ekonomi yang memutar otak agar usaha yang dijalankan selama ini dapat tetap berjalan dan tidak mengalami kerugian bahkan kebangkrutan.

Salah satu oknum yang paling berdampak pada keadaan seperti ini adalah pelaku UMKM di wilayah Cilandak. Contohnya seorang ibu rumah tangga yang berjualan aneka kue dan roti, yang belum mengetahui pemanfaatan internet dan media sosial yang dapat digunakan sebagai metode pemasaran produk-produk mereka. Peran internet dan media sosial pada keadaan pandemi seperti ini menjadi sangat penting. Karena memasarkan lewat internet atau biasa dikenal dengan *digital marketing* dapat menjangkau target pelanggan dengan lebih efisien, efektif, cepat, tepat, dan luas.

METODE PELAKSANAAN

Metode Observasi

Metode ini merupakan metode yang dilakukan untuk mengamati perilaku dan kondisi dari warga di kecamatan Cilandak, khususnya warga yang merupakan pelaku-pelaku UMKM. Metode ini bertujuan untuk mengetahui masalah yang terjadi di lingkungan tersebut sehingga dapat dicari solusi untuk mengatasinya.

Penerapan metode yang dilakukan untuk memeriksa kondisi masyarakat di daerah Cilandak selama pandemi COVID-19 dengan cara mengakses pemberitahuan terbaru di instagram @puksesmaskecamatanCILANDAK. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa Kecamatan Cilandak masih termasuk dalam Zona Merah. Maka, warga kecamatan Cilandak belum bisa melaksanakan metode *new normal* dan masih perlu menerapkan protokol kesehatan yaitu *social distancing*.

Lalu penerapan metode observasi berikutnya adalah melakukan kunjungan langsung ke rumah pelaku UMKM yang mengalami dampak langsung terhadap penurunan penjualan akibat Pandemi. Sebagian besar penjualan didapatkan dari acara kumpul bersama seperti arisan dan pengajian. Tetapi di masa Pandemi seperti ini, penerapan *social distancing* yang melarang adanya acara yang melibatkan perkumpulan warga, penjualan menjadi menurun. Oleh karena itu, langkah untuk membantu pelaku UMKM tersebut dengan mengenalkan Metode Branding yang dapat diterapkan di masa Pandemi. Metode yang diinformasikan adalah:

- Membuat akun *Instagram* untuk wadah pemasaran
- Mendaftarkan UMKM di aplikasi Go-Jek
- Melakukan pengambilan gambar produk yang menarik
- Mengenalkan pelaku UMKM tersebut kepada *Public Figure*



Gambar1, Pencarian Kasus COVID-19 di daerah Cilandak



Gambar2, Memberikan Informasi kepada pelaku UMKM tentang Metode Branding yang dapat diterapkan di masa Pandemi

Metode Wawancara

Metode ini merupakan metode yang dilakukan dengan berkomunikasi kepada masyarakat sekitar kecamatan Cilandak untuk menemukan masalah yang terjadi di lingkungan tersebut dan memberikan solusi yang dibutuhkan. Dikarenakan pandemi, maka proses wawancara dilakukan melalui dua cara, yaitu melalui daring dan luring.

Dengan menggunakan metode daring, hal yang dilakukan adalah dengan mewawancarai pelaku UMKM "Soto Bandjar Nyaman". Ia menjelaskan bahwa di masa pandemi ini, pendapatan untuk *dine-in* atau makan langsung di tempat mengalami penurunan, tetapi solusi yang ia terapkan adalah dengan mendaftarkan UMKM-nya ke aplikasi Gojek sehingga pendapatan yang dihasilkan dapat kembali meningkat.

Sedangkan dengan menggunakan metode luring, hal yang dilakukan adalah mewawancarai langsung pelaku UMKM yang rumahnya tidak terlalu jauh. Proses wawancara tersebut dilakukan sesuai dengan protokol kesehatan.



Gambar3, melakukan wawancara secara luring dengan pemilik UMKM "Soto Bandjar Nyaman"

Metode Dokumentasi

Metode ini merupakan metode yang saya lakukan dengan melakukan pemotretan atau pencatatan terhadap segala hal yang terjadi di daerah lingkungan sebagai objek penelitian dan bukti pelaksanaan penelitian dan pemberdayaan masyarakat.



Gambar4, Pengambilan foto bukti pelaksanaan KKN

PEMBAHASAN

Setelah dilakukan KKN yang dilaksanakan dari tanggal 2 Februari sampai tanggal 17 Februari 2021, UMKM di wilayah Cilandak, khususnya UMKM Ibu Dewi yang menjual kue dan roti, mendapatkan keuntungan atas bantuan dan informasi yang saya berikan. Keuntungan yang didapat adalah:

Pembuatan Akun Instagram

Setelah membuat akun Instagram untuk Ibu Dewi, Ibu Dewi dapat memasarkan produk UMKM nya menjadi lebih luas, karena *Instagram* merupakan wadah media sosial yang tepat untuk menjangkau pasar lebih besar. Ibu Dewi juga dapat berkomunikasi langsung dengan calon pembeli baru yang ingin membeli kue atau roti Ibu Dewi.

Mendaftarkan UMKM Ibu Dewi di Aplikasi Go-Jek

Untuk memudahkan konsumen Ibu Dewi untuk melakukan pemesanan, saya membantu Ibu Dewi untuk mendaftarkan UMKM nya di aplikasi Gojek sebagai

tempat untuk konsumen Ibu Dewi melakukan pemesanan sekaligus mengantar langsung produk Ibu Dewi ke tempat mereka masing-masing. Karena UMKM Ibu Dewi sudah didaftarkan di Gojek, maka konsumen semakin banyak dikarenakan mereka jadi mengetahui tentang produk yang dijual Ibu Dewi dan proses pemesanannya jauh lebih mudah dengan menggunakan Gojek. Tentunya pengemasan dan pengantaran produk Ibu Dewi sudah sesuai protokol kesehatan

Melakukan Pengambilan Gambar Produk yang Menarik

Gambar produk yang menarik tentunya akan menarik pelanggan juga. Ini terbukti dengan produk Ibu Dewi yang memiliki beberapa pelanggan baru karena salah satu faktornya ialah pengambilan gambar produk yang menarik. Dalam KKN ini, saya membantu Ibu Dewi dalam pengambilan gambar produk yang menarik dengan mengatur cahaya, pengaturan tata letak yang tepat dan sesuai dengan tren zaman sekarang. Sehingga hal tersebut menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk kue dan roti Ibu Dewi.



Gambar 5, Ibu Dewi berfoto dengan salah satu produk yang dijual; Mushroom Pie

Mengenalkan Ibu Dewi ke Public Figure

Public Figure merupakan sosok atau tokoh yang dikenal secara luas oleh masyarakat umum, memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak dan tokoh tersebut memberikan pengaruh bagi pengikut-pengikutnya. Hal ini tentu merupakan wadah yang tepat untuk para pebisnis untuk memanfaatkan mereka sebagai

wadah untuk memperluas pasar mereka. Pada KKN ini, saya mengenalkan Ibu Dewi ke beberapa *Public Figure* yang memiliki jumlah followers yang cukup banyak, salah satunya adalah Miranda Febrianti (@miranda.feb).

Miranda memiliki jumlah pengikut sebanyak 8.653 pengikut, sehingga Miranda dapat dikategorikan sebagai *Public Figure*. Saya mengenalkan Ibu Dewi dengan Miranda untuk menjalin kerjasama antar kedua pihak, Ibu Dewi memberikan produk jualannya secara gratis, dan Miranda membantu Ibu Dewi dalam memasarkan produknya ke pengikutnya. Hasilnya, konsumen Ibu Dewi meningkat dan Ibu Dewi memiliki pasar yang lebih luas dari sebelumnya.



Gambar 6, Ibu Dewi belajar menggunakan Instagram sebagai tempat untuk memasarkan produknya

KESIMPULAN

Dalam pelaksanaan KKN kali ini, saya membantu sekaligus memberikan informasi untuk Ibu Dewi mengenai metode branding yang cocok di masa pandemi. Dengan jumlah konsumen Ibu Dewi yang lebih meningkat dari sebelumnya, maka dapat saya simpulkan bahwa metode branding yang saya berikan untuk meningkatkan pendapatan dan penjualan di masa pandemi berhasil. Saya harap kedepannya, metode branding yang saya berikan dapat berguna untuk kedepannya dan saya harap pasar dan konsumen pelaku UMKM di wilayah Cilandak semakin luas dan

pendapatan dan penjualannya semakin meningkat..

PUSTAKA

Pane, Merry Dame Cristy. Maret 2021.

"COVID-19", dikutip dari

<https://www.alodokter.com/covid-19>

Diakses 11 Maret 2021

Studilmu.com. 2021. "10 Alasan Mengapa Digital Marketing Sangat Penting", dikutip dari

<https://www.studilmu.com/blogs/details/10-alasan-mengapa-digital-marketing-sangat-penting>

Diakses 18 Maret 2021

Pengertianmenurutparaahli.net. 2021.

"Pengertian Public Figure", dikutip dari

<https://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-public-figure/>

Diakses 18 Maret 2021