

**PEMANFAATAN *DIGITAL PROMOTION* DALAM
PENGEMBANGAN UMKM DI WILAYAH
KELURAHAN TANGKIL**

Nurjanah¹, Nilam Aprilia², Cema Fani Kine B³, Arta Dilla Pratiwi⁴, Meliana Sari A⁵,
Kristin⁶

1, 2, 3, 4, 5, 6 Program Fakultas Ekonomi Universitas Islam Balitar Blitar
Jl. Majapahit No.2- 4, Sananwetan, Kec. Sananwetan, Kota Blitar

ABSTRAK

Dalam upaya melawan covid-19 Universitas Islam Balitar (UNISBA) menyelenggarakan kegiatan KKN Tematik dilaksanakan pada bulan Agustus-September 2021. Berlokasi di kelurahan Tangkil sebagai pengamatan kelompok KKN 21 dalam berbagai bidang ekonomi, kesehatan dan pendidikan pada kegiatan masyarakat di era pandemi. Melalui pendekatan sosial dapat ditemukan berbagai masalah yang dialami masyarakat selama masa pandemi setahun terakhir. Dari masalah tersebut kelompok KKN 21 bekerjasama dengan aparat di wilayah Kelurahan Tangkil dalam pelaksanaan program KKN. Melalui kegiatan KKN ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam pemanfaatan media digital sebagai alat promosi. Selanjutnya memotivasi bimbingan untuk anak-anak terutama pada tingkat Sekolah Dasar (SD) belajar lebih giat, memberikan arahan bagaimana cara memahami materi, sehingga anak dapat mengerjakan tugas secara mandiri.

Kata Kunci : Covid-19, UMKM, Pendidikan, Kesehatan

ABSTRACT

In an effort to fight COVID-19, the Balitar Islamic University (UNISBA) held a Thematic Community Service Program held in August-September 2021. Located in the Tangkil sub-district as an observation of the KKN 21 group in various fields of economics, health and education in community activities in the pandemic era. Through a social approach, various problems experienced by the community during the pandemic period of the last year can be found. From this problem the KKN 21 group collaborated with the apparatus in the Tangkil Village area in the implementation of the

KKN program. Through this KKN activity, it is hoped that it can help MSM Es in using digital media as a promotional tool. Furthermore, it motivates guidance for children, especially at the elementary school level, to study harder, providing directions on how to understand the material, so that children can do the work independently.

Keywords: Covid-19, MSMEs, Education, Health

PENDAHULUAN

Covid-19 telah menjadi pandemi di berbagai negara termasuk Indonesia sejak diumumkan pada tanggal 2 Maret tahun 2020. Jumlah kasus terus meningkat walaupun berbagai upaya penanggulangan pandemi COVID-19 telah dilakukan oleh pemerintah untuk memutus mata rantai penularan COVID-19 melalui kebijakan, seperti Kampanye 5M (memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, dan membatasi mobilitas dan interaksi), penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), dan program vaksinasi nasional (Joyosemito et al., 2021). Pemerintah melalui Pemerintah berupaya agar masyarakat segera melakukan vaksinasi untuk menambah pertahanan imun demi melawan virus covid-19 agar kegiatan masyarakat dapat berjalan kembali. Dikawatirkan seseorang yang tidak melakukan vaksin akan menjadi virus carrier bagi orang lain sehingga pandemi ini akan terus terjadi (Gandryani & Hadi, 2021).

Belakangan ini covid-19 menjadi konsen besar bangsa Indonesia karena permasalahan yang terus ditimbulkannya, ada banyak kerugian yang disebabkan oleh covid-19 yang berdampak bagi perekonomian Indonesia (Nasution et al., 2020). Pemerintah mengupayakan berbagai cara untuk mengurangi penyebaran covid-19 salah satunya dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) sesuai protokol kesehatan sejak awal tahun 2021. Dengan adanya pandemi ini kegiatan masyarakat menjadi terbatas sehingga berpengaruh pada perilaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) dan Koperasi. Para pengelola koperasi merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal dan terhambatnya distribusi. Sementara itu, sektor UMKM yang terguncang selama pandemi Covid-19, selain makanan dan minuman, adalah industri kreatif dan pertanian (Thaha, 2020).

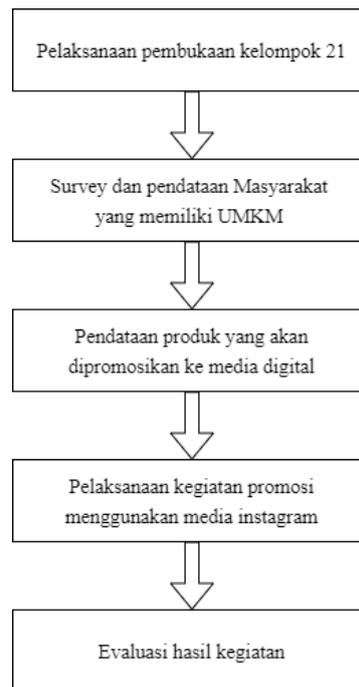
Secara finansial, banyak masyarakat yang mengalami kesulitan dalam pemenuhan kebutuhan. Sedangkan, kebutuhan semakin hari semakin bertambah. Hal tersebut juga

terjadi di daerah Kelurahan Tangkil yang terletak di Kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar. Kelurahan Tangkil merupakan daerah yang memiliki potensi UMKM dalam berbagai bidang pekerjaan seperti bertani, berkebun, wirausaha, dan lain-lain. Sehingga Kelurahan Tangkil terpilih sebagai lokasi untuk kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) Tematik kelompok 21 Universitas Islam Balitar (UNISBA) pada tahun 2021 sebagai salah satu bentuk partisipasi UNISBA dalam melawan Covid-19 dan sebagai pengamatan pada “Perkembangan Pemberdayaan UMKM, Pengaruh Mobilitas Kemasyarakatan serta strategi optimalisasi dalam menghadapi pandemi Covid-19”.

Dalam pelaksanaannya sendiri kami dibagi menjadi 3 kelompok kecil yang bertugas di tiga lingkungan yaitu lingkungan Tangkil, lingkungan Pandean dan lingkungan Tenggonng. Dengan pembagian yang dilakukan diharapkan semua anggota kelompok dapat melakukan tugas dengan maksimal sesuai dengan program kerja yang sudah disusun. Diharapkan dengan pembagian menjadi 3 kelompok kecil pada setiap lingkungan maka data yang didapat akan semakin banyak dan pengabdian yang dilakukan dapat menyeluruh.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan KKN Tematik kelompok 21 UNISBA dilaksanakan pada bulan Agustus-September 2021. Kegiatan ini dilaksanakan dengan persetujuan berbagai pihak aparaturnya wilayah yang berkaitan dengan Kelurahan Tangkil melalui pendekatan sosial perlu dilakukan untuk pengumpulan data demi tercapainya program kegiatan. Metode yang dilakukan yaitu dengan wawancara dan pengamatan secara langsung. Observasi pengamatan berupa rangkaian aktivitas untuk memusatkan fokus mengenai sebuah objek dengan segenap alat indera (Umar et al., 2021). Dari observasi yang telah dilakukan berikut langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan KKN berdasarkan bidang ekonomi yaitu sebagai berikut :



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Bidang Ekonomi

PEMBAHASAN

Di saat situasi ekonomi terpuruk akibat Virus Corona, pelaku bisnis harus benar-benar jeli dalam mengambil keputusan (Alfrian & Pitaloka, 2020). Semakin banyaknya usaha mikro kecil dan menengah yang terlibat dalam ekonomi digital melalui bisnis elektronik (*e-commerce*), media sosial, teknologi awan (*cloud*) dan *platform* telepon seluler/ponsel pintar (*smartphone*) (Setyanto et al., n.d.). Maka dibutuhkan inovasi dalam promosi serta pemanfaatan *digital marketplace* agar dapat bersaing dalam pasar. Promosi adalah usaha yang dilakukan oleh marketer berkomunikasi dengan calon audiens (William Shoell, 1993 :424). Komunikasi sendiri adalah sebuah proses membagi ide, informasi, dan perasaan audiens.

Pada pelaksanaannya sendiri kami melakukan observasi serta mengunjungi langsung UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Tangkil, dimana pada Kelurahan Tangkil ada beberapa UMKM dengan sektor yang berbeda, seperti sektor budidaya, sektor produksi dan pengolahan. Jenis-jenis UMKM yang ada adalah Pengolahan Jamu “Geraldien”, Produksi pembuatan alat rumah tangga seperti dandang, *mixer* kue dan alat lainnya, produksi minuman “Syukron” yang terbuat dari susu kurma. Dari ketiga sektor tersebut ketiganya sama-sama bergerak di bidang penjualan, dimana target marketnya

Science Contribution to Society Journal Vol 1 (2), 2021, 22-27

adalah konsumen yang sesuai dengan sektor UMKM yang dijalankan. Di dalam masa pandemi ini sendiri dalam penjualan dan pengolahan juga mengalami hambatan, tetapi pada sektor pengolahan jamu “Geraldine” ini mengalami peningkatan dikarenakan masyarakat membutuhkan suplemen penunjang kesehatan di masa sekarang, namun pada sektor lain mengalami penurunan, tetapi pemilik UMKM ini belum memanfaatkan sosial media dengan baik sehingga pemasarannya kurang dikenal oleh masyarakat di luar wilayah Kelurahan Tangkil.

Pada saat kunjungan kami mengumpulkan informasi dari para pemilik UMKM tentang bagaimana berjalannya UMKM dari waktu ke waktu, serta cara pemasarannya. Setelah mendapat informasi tersebut kami menyimpulkan bahwa para pelaku UMKM ini belum memanfaatkan *Digital Marketing* dengan baik dimana pada proses pemasarannya masih dengan cara *personal selling* atau dari mulut ke mulut. Maka dengan informasi tersebut kami memberikan pengarahan kepada pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkan sosial media seperti Facebook, Instagram, serta WhatsApp dengan baik sehingga dapat memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM, serta dengan memanfaatkan *Marketplace* lain seperti Shopee, Lazada dan lainnya.

Tidak hanya memberikan pengarahan dalam pemanfaatan sosial media dengan baik, tetapi kami juga membantu para pelaku UMKM untuk mempromosikan produk melalui sosial media Instagram Kelompok KKN, dimana dengan ini dapat membantu memperkenalkan produk yang ada di Kelurahan Tangkil, sehingga teman atau mahasiswa lain dapat mengetahuinya. Pemanfaatan sosial media di masa pandemi memiliki peluang besar dimana masa pandemi ini banyak masyarakat yang lebih membatasi diri untuk berbelanja langsung dan lebih memilih untuk berbelanja online, maka peluang berjualan di sosial media akan lebih berpeluang besar.

PENUTUP

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam hal pengembangan UMKM dengan cara pemberian penyuluhan terhadap penggunaan digital marketing dengan baik dan benar bertujuan untuk meningkatkan tingkat penjualan di masa pandemi. Dimana dengan penyuluhan yang diberikan ini diharapkan para pelaku usaha dapat memanfaatkan peluang dengan baik, dimana dengan kondisi pandemi dimana para konsumen lebih suka berbelanja dari rumah maka pemanfaatan berjualan online memiliki peluang yang

besar serta dapat melakukan pejualan secara menyeluruh kepada masyarakat di berbagai wilayah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). *STRATEGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) BERTAHAN PADA KONDISI PANDEMIK COVID 19 DI INDONESIA*. 6(2), 139–146.
- Dewi, W. A. F. (2020). Dampak COVID-19 terhadap Implementasi Pembelajaran Daring di Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(1), 55–61. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v2i1.89>
- Gandryani, F., & Hadi, F. (2021). *PELAKSANAAN VAKSINASI COVID-19 DI INDONESIA : 10(April)*, 23–41.
- Joyosemito, I. S., Nasir, N. M., Teknik, F., Bhayangkara, U., Raya, J., Mulya, M., Utara, B., Bekasi, K., Kesehatan, F. I., & Selatan, T. (2021). *GELOMBANG KEDUA PANDEMI MENUJU ENDEMI COVID-19 : ANALISIS KEBIJAKAN VAKSINASI DAN PEMBATAAN KEGIATAN*. 2(1), 55–66.
- Kudus, U. M. (2020). PANDEMI COVID-19 DAN ONLINE LEARNING : APAKAH BERPENGARUH TERHADAP PROSES PEMBELAJARAN PADA KURUKULUM 13 ? *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 01(Juni), 95–102.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5313>
- Sampurno, M. B. T., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(5). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15210>
- Setyanto, A. R., Samudro, B. R., Pratama, Y. P., & Soesilo, A. (n.d.). *Kajian Strategi Pengembangan UMKM Melalui Media Sosial (Ruang Lingkup Kampung Batik Laweyan) Oleh : Alief Rakhman Setyanto , Bhimo Rizky Samudro , Yogi Pasca Pratama , AM Soesilo Pemantapan sektor ekonomi digital akan memainkan peranan penting bagi Indo.*
- Suryanti, V., Tiyas, A. P., Devi, L., & Kristi, M. (2020). *Mengenalkan Berdagang Secara Online Melalui Media Sosial kepada Warga di Lokasi Kuliah Kerja Nyata (KKN) Pada Masa Pandemi Covid-19*. 10(2), 97–103.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 2(1), 147–153. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>
- Umar, A. U. A. Al, Savitri, A. S. N., Pradani, Y. S., Mutohat, & Khamid, N. (2021). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Wujud Pengabdian Kepada Masyarakat Di Tengah Pandemi COVID-19. *E-Amal Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 39–47. www.journal.uta45jakarta.ac.id