

Pelatihan Strategi Pemasaran Online Pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Dinas Sosial Provinsi DKI Jakarta

Nurlinda, RA¹, Bertuah, Eka², Rojuaniah³, Elistia⁴

¹Faculty of Economics and Business, Esa Unggul University, Jakarta, Indonesia

²Faculty of Economics and Business, Esa Unggul University, Jakarta, Indonesia

³Faculty of Economics and Business, Esa Unggul University, Jakarta, Indonesia

⁴Faculty of Economics and Business, Esa Unggul University, Jakarta, Indonesia

nurlinda@esaunggul.ac.id

Abstrak

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) adalah kelompok warga atau keluarga binaan sosial yang dibentuk oleh warga atau keluarga binaan sosial melalui proses kegiatan Prokesos untuk melaksanakan kegiatan kesejahteraan sosial dan usaha ekonomi dalam semangat kebersamaan sebagai sarana untuk meningkatkan taraf kesejahteraan sosial. Permasalahan yang terjadi saat ini sejak pandemi Covid-19 berdampak buruk bagi kondisi penjualan Kelompok Usaha Bersama (KUBE), dimana usaha yang mereka jalani mengalami penurunan penjualan dan berdampak pada berkurangnya keuntungan yang mereka peroleh. Tujuan utama kegiatan pengabdian Masyarakat pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam perencanaan usaha dan pemasaran secara online yang berguna untuk pengembangan usaha KUBE. Metode Pengabdian masyarakat dengan memberikan pelatihan yang dilakukan secara virtual melalui *zoom meeting*. Materi pelatihan yang berikan meliputi motivasi kewirausahaan, strategi pemasaran online, desain kemasan produk dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Hasil kegiatan pelatihan adalah Kelompok Usaha Bersama (kuba) lebih memiliki pemahaman atas prosedur pemasaran secara online, memiliki kemampuan untuk mendesain kemasan produk secara menarik, kemampuan untuk membuat laporan keuangan secara sederhana serta memberikan semangat baru untuk mempertahankan usaha dan bersaing dalam bisnis, sehingga menumbuhkan kondisi perbaikan usaha dan keberlanjutan usahanya.

Kata Kunci :Strategi Pemasaran Online, Motivasi Kewirausahaan, Perencanaan Usaha

Abstract

Joint Business Group (KUBE) is a group of members or social assisted families formed by residents or social assisted families through the process of Social Services activities to carry out social welfare activities and economic enterprises in the spirit of togetherness as a means of increasing the level of social welfare. The problems that have occurred at this time since the Covid-19 pandemic have had a bad impact on the sales conditions of the Joint Business Group (KUBE), where the business they are running has decreased in sales and has an impact on the reduced profits they get. The main objective of community service activities in the Joint Business Group (KUBE) is to increase knowledge and skills in business planning and online marketing which are useful for KUBE business development. Community service method by providing training which is done virtually through zoom meetings. The training materials provided include entrepreneurial motivation, online marketing strategies, product packaging design and preparation of simple financial reports. The results of the training activities are that the Joint Business Group (kuba) has a better understanding of online marketing procedures, has the ability to design product packaging attractively, the ability to make simple financial reports and gives new enthusiasm to maintain business and compete in business, thereby fostering conditions. business improvement and business continuity.

Keywords: Online Marketing Strategy, Entrepreneurial Motivation, Business Planning

PENDAHULUAN

Mewabahnya virus corona sejak awal 2020 telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap perekonomian global. The World Trade Organisation (WTO) memperkirakan bahwa volume perdagangan dunia secara global diperkirakan pada tahun 2020 akan mengalami penurunan sebesar 32% selama masa COVID-19 (Islam, 2020). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) menjelaskan bahwa sektor usaha UMKM yang paling terkena terdampak covid-19 adalah usaha akomodasi dan makanan minuman 35,88% selanjutnya pedagang besar dan eceran 23,33% dan terakhir adalah industri pengolahan sebesar 17,83%. Akibat dari Pandemi Covid-19 banyak UMKM yang terpaksa tidak beroperasi sementara waktu, dan mengakibatkan mereka mengalami kendala arus kas (Baker & Judge, 2020). Menurut Honoatubun (2020) dan Pratama (2020) akibat mewabahnya virus corona banyak pasar ditutup sementara waktu dan pedagang tidak bisa berjualan. Akibat penutupan pasar tersebut para pedagang tidak mempunyai penghasilan tetap dan mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Menurut Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI), UMKM saat ini berada dalam dalam krisis ekonomi yang paling parah akibat pandemi COVID-19, bahkan keadaan saat ini dinilai lebih buruk dengan dari krisis keuangan 2008. Krisis akibat pandemi akan berpengaruh pada UMKM dan diprediksi bahwa lebih dari 50% UMKM tidak akan bertahan beberapa bulan ke depan. Keruntuhan UMKM secara luas dapat berdampak pada kondisi perekonomian nasional serta prospek pertumbuhan global, berdampak juga pada kehidupan masyarakat, dan bahkan pada sektor keuangan, mengingat 60-70% lapangan kerja di negara OECD berasal dari sektor UMKM. Dampak yang dirasakan oleh UMKM dengan adanya Covid-19 yaitu kekurangan tenaga kerja untuk perusahaan hulu, sementara perusahaan hilir menghadapi tantangan dalam hal permintaan konsumen yang menurun dan kekurangan bahan baku yang disebabkan oleh gangguan dalam rantai pasokan (Dai et al. 2020). Berdasarkan Survey yang dilakukan oleh ABDSI dampak Covid-19 terhadap UMKM begitu terasa. Hampir seluruh UMKM mengalami penurunan penjualan. Sebesar 36.7% pelaku UMKM tidak memperoleh penjualan, sedangkan 26% nya mengalami penurunan penjualan lebih dari 60%. Kebanyakan UMKM mengalami masalah pada ketersediaan bahan baku dan pembayaran kredit (ABDSI, 2020)

Dampak ekonomi akibat pandemi COVID-19 juga dirasakan oleh kelompok usaha bersama (KUBE) yang merupakan perusahaan binaan Departemen Sosial. Kelompok Usaha Bersama (KUBE) merupakan kelompok keluarga miskin yang dibentuk, tumbuh, dan berkembang atas prakarsanya dalam melaksanakan Usaha Ekonomi Produktif (UEP) untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan sosial keluarga (Permensos 2 Tahun 2019). Usaha Ekonomi Produktif (UEP) adalah bantuan sosial yang diberikan kepada kelompok usaha bersama untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan sosial keluarga. KUBE beranggotakan 5 sampai 20 Kepala Keluarga dari masyarakat miskin yang masuk dalam Data Terpadu Penanganan Fakir Miskin dan Orang Tidak Mampu (DTPFMOTM). Tujuan dari program Kelompok Usaha Bersama (KUBE) adalah untuk meningkatkan pendapatan atau peningkatan ekonomi yang nantinya berdampak pada menurunnya tingkat kemiskinan.

Pada saat ini permasalahan utama yang dirasakan oleh Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di wilayah Jakarta sejak terjadinya pandemi Covid -19 dan terutama sejak diperlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) adalah

1. Penurunan tingkat penjualan dari usaha mereka, hal ini disebabkan karena banyak masyarakat yang di PHK dan hal ini berdampak pada daya beli dari masyarakat berkurang sehingga mereka mengurangi pembelian barang-barang selain itu karena adanya anjuran untuk melakukan *social distancing* sehingga aktivitas perekonomian masyarakat seperti berbelanja kebutuhan sehari-hari dilakukan secara daring atau online
2. Mahalnya bahan baku, dikarenakan adanya PSBB menyebabkan banyak bahan baku yang berasal dari luar Jakarta tidak bisa masuk ke wilayah Jakarta sehingga terjadi kelangkaan bahan baku di Jakarta serta adanya kebijakan yang mengharuskan beberapa pasar yang terpapar covid 19 untuk ditutup sementara.
3. Tingginya biaya operasional, Selama masa PSBB mereka tetap harus membayar biaya operasional dan biaya karyawan meski tanpa pemasukan atau pemasukan yang kecil sekali.

Berdasarkan permasalahan di atas, melalui pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat oleh Dosen dengan koordinasi Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Esa Unggul bekerjasama dengan Dinas Sosial DKI Jakarta mengadakan pelatihan “Strategi Pemasaran *Online*” yang diikuti oleh 40 (empat puluh) orang pelaku usaha (KUBE) di bawah koordinasi Dinas Sosial DKI Jakarta. Tujuan utama kegiatan pengabdian Masyarakat pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam perencanaan usaha dan pemasaran secara online. Implikasi dari kegiatan pengabdian ini adalah diharapkan kelompok usaha bersama (KUBE) mampu untuk mandiri secara ekonomis dan edukasi. Bahkan diharapkan usaha ini dapat ditularkan pada lingkungan sekitarnya untuk melakukan usaha yang serupa atau usaha lainnya.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat dimulai pada awal bulan Juni sampai bulan Juli 2020. Adapun metode yang dilakukan adalah *metode action dan quality awereness* dengan tahapan kegiatan dimulai dengan melakukan perjanjian kerjasama antara LPPM Universitas Esa Unggul dan Dinas Sosial yang dilaksanakan di Kantor dinas sosial DKI Jakarta, selanjutnya mengadakan rapat antara tim Pengabdian Masyarakat Universitas Esa Unggul dengan tim Dinas sosial untuk menentukan waktu pelatihan dan agenda pelatihan.

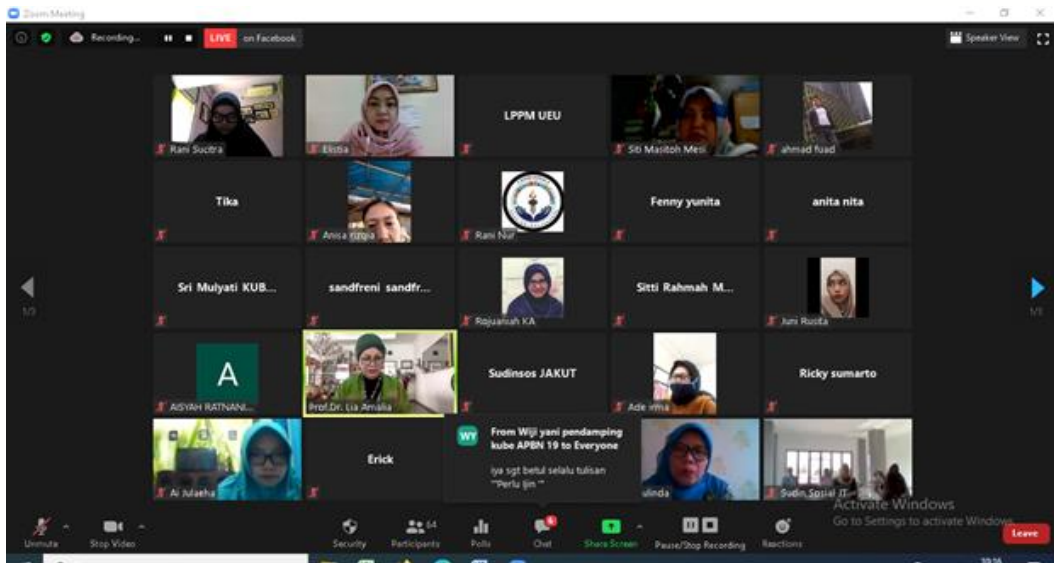
Tahap selanjutnya tim pengabdian masyarakat melaksanakan pelatihan yang dilakukan secara virtual melalui *zoom meeting*, dengan materi pelatihan sebagai berikut:

1. Pelatihan Pemasaran Online
Tahap kesatu Kelompok Usaha bersama (kUBE) akan diberikan penyuluhan tentang pemasaran online mengenai jenis pemasaran online, manfaat pemasaran online dan cara melakukan pemasaran online. Pelatihan pemasaran online ini mengajarkan pada anggota KUBE untuk memanfaatkan teknologi dan media online seperti WA, Facebook, IG, Youtube dalam memasarkan produk mereka.
2. Pelatihan Laporan Keuangan Sederhana dan Manajemen Keuangan
Tahap kedua, Kelompok Usaha bersama (KUBE) diberikan pelatihan membuat pencatatan keuangan usaha dengan laporan keuangan sederhana yang dapat digunakan

sebagai bahan informasi atas pencapaian kinerja keuangan dan perencanaan keuangan untuk keberlanjutan bisnis.

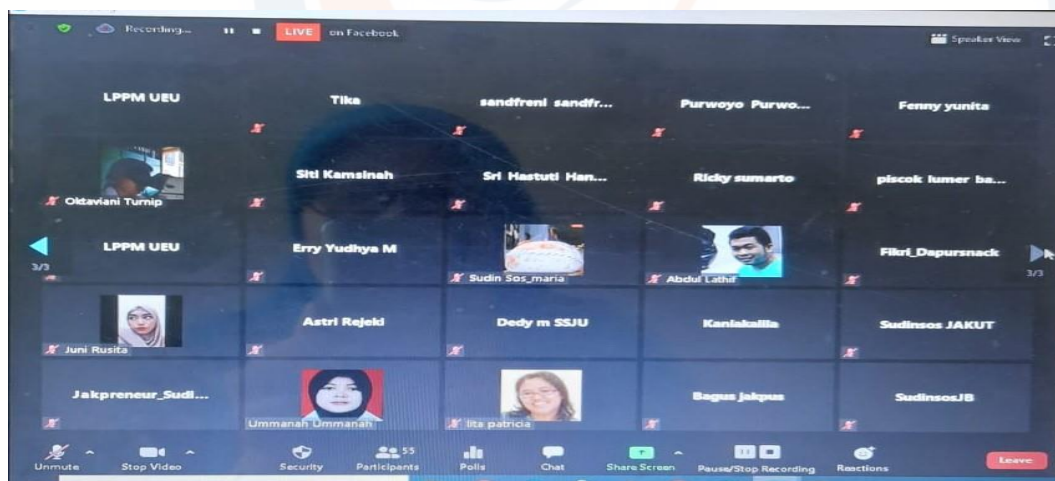
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di wilayah DKI Jakarta dalam mengelola usahanya masih sangat sederhana dan terbatas dan hal ini menyebabkan usaha yang mereka lakukan masih kalah bersaing dengan usaha sejenis yang lebih baik pengelolaannya. Pada umumnya mereka masih menjalankan usahanya dengan cara konvensional dan belum melakukan pemasaran secara online sehingga ketika terjadi pandemi Covid-19 dan diperlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) usaha mereka pun menjadi sepi pembeli dan menyebabkan pendapatan mereka pun berkurang secara signifikan.



Gambar 1: Suasana Pelatihan Pemasaran Online

Pelaksanaan pelatihan berjalan dengan sangat lancar, peserta mengikuti penyuluhan dengan sangat antusias dengan banyak mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengarah pada perbaikan usaha mereka. Pemberian materi pertama dengan memberikan pemahaman tentang mengapa diberikan pengetahuan tentang marketing online, mulai dari konsep marketing online dan mengetahui produknya dan memahami value produk masing-masing. Peserta dapat memahami tahap-tahapan dan proses dalam marketing online, pentingnya melakukan pemasaran secara online pada kondisi saat ini dan mengajarkan pada para peserta untuk lebih memanfaatkan smartphone mereka untuk pemasaran online dengan memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran seperti whatsapp, instagram, Facebook, line dan youtube. Peserta juga diajarkan cara melakukan pemasaran online dengan metode lainnya seperti memanfaatkan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, OLX, Lazada dan lainnya. Pada sesi ini banyak dilakukan diskusi dengan para peserta untuk lebih memberikan pemahaman lebih kepada mereka tentang pemasaran online. Selain itu peserta juga diajarkan cara untuk mendesain produk dengan baik sehingga menarik pada dipasarkan secara online. Dampak dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dalam menerapkan marketing online.



Gambar 2 : The Training Suasana Pelatihan Penyusunan Keuangan Sederhana

Pelatihan berikutnya adalah pelatihan tentang penyusunan laporan keuangan sederhana, disini peserta diajarkan tentang bagaimana cara menghitung harga pokok produksi dan harga jual yang dapat mencatat setiap transaksi yang mereka lakukan. Berdasarkan pertanyaan yang diajukan oleh peserta kebanyakan mereka selama ini belum memahami dengan benar tentang pencatatan transaksi dan keuangan yang benar sebagai dasar laporan akuntansi dan keuangan usahanya. Dalam pelatihan ini juga dilakukan diskusi secara mendalam dengan peserta tentang kegiatan usaha yang dilakukan berkaitan dengan materi pelatihan yang diberikan. Pada sesi ini para peserta diminta untuk menjelaskan bagaimana cara mereka mengelola keuangan usaha mereka masing-masing agar dapat dilakukan perbaikan cara mereka melakukan pengelolaan keuangan.

Berdasarkan hasil pelatihan ini dapat dinyatakan bahwa Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di wilayah DKI Jakarta termasuk daerah yang potensial untuk dikembangkan kegiatan bisnisnya. Di wilayah ini sudah banyak yang melakukan kegiatan usaha tetapi masih kurang memenuhi kualitas, pelakunya kurang memahami bagaimana menjalankan usaha dengan benar sehingga tidak pernah menghitung tentang biaya yang dilakukan dengan manfaat yang diperolehnya (*cost and benefit*). Melalui kegiatan pelatihan ini pelaku usaha mulai mengetahui tentang manfaat pengelolaan pemasaran dan keuangan dan hasil dialog serta konsultasi tentang produk yang dihasilkan ternyata masih harus ada perbaikan agar produk diterima masyarakat dan dapat memuaskan pelanggan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan pelatihan pada Kelompok Usaha Bersam (KUBE) di wilayah DKI Jakarta adalah:

1. Pelatihan berjalan dengan baik dan peserta pelatihan sangat bersemangat untuk meningkatkan pengetahuan tentang perencanaan usaha yang berkaitan dengan pemasaran online dan keuangan dan demi pengembangan dan kelangsungan hidup usahanya.. Dalam upaya mempertahankan usaha, para peserta akan memperbaiki cara pengelolaan keuangan terutama dalam penyusunan laporan yang akan dibuat sesuai dengan masukan yang mereka dapat dalam pelatihan

2. Demi terbukanya pasar yang lebih luas maka peserta akan mengusahakan untuk lebih kreatif dalam melakukan pemasaran online dengan memanfaatkan berbagai media sosial yang ada serta, membuat produk yang berbeda dan belum banyak di pasaran, serta akan lebih konsisten terhadap kualitas produk yang mereka hasilkan selain itu juga akan mengembangkan pemasaran dengan strategi *e-commerce*.

Saran yang dapat diberikan adalah:

1. Dalam upaya meningkatkan pendapatan kelompok usaha bersama (KUBE), maka disarankan untuk melakukan pelatihan secara berkala dengan materi pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan dari masing-masing kelompok usaha bersama.
2. Perlu adanya program pendampingan pada kelompok usaha bersama (KUBE) dalam upaya untuk lebih meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola usaha sehingga bisa memiliki keunggulan bersaing dengan usaha sejenis
- 3.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Esa Unggul yang telah memberi dukungan financial terhadaplaksananya program Pengabdian Pada Masyarakat ini serta ucapan terima kasih juga kepada Dinas Sosial DKI Jakarta yang sudah memberikan kesempatan pada Tim kami untuk melakukan pelatihan pada Kelompok Usaha Bersam (KUBE).

DAFTAR PUSTAKA

Aji Cakti (2020) “Upaya Habis-Habisan Pemerintah Dalam Memulihkan Sektor UMKM”. Berita Acara.com. Diakses dari <https://antaranews.co.id/2020/10/11/upaya-habis-habisan-pemerintah-dalam-memulihkan-sektor-umkm/>

(ABDSI), A. B. D. S. I. (2020). Survey yang Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI) dampak Covid-19 terhadap UMKM. <http://www.abdsi.id/bappenas-sarankan-umkm-terdampak-covid-19-perlupendampingan/>

Baker, T., Judge, K (2020) How To Help Small Business Survive Covid-19. *Columbia Law and Economics Working Paper* , (620)

Dai R, Hu J, Zhang X. 2020. The impact of Coronavirus on China’s SMEs: findings from the enterprise survey for innovation and entrepreneurship in China

Honoatubun, S. (2020). “Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia”. *EduPsyCouns Journal*. 2 (1):151

Islam, A (2020). Configuring a Quadruple Helix Innovation Model (QHIM) based lblueprint for Malaysia SMEsto survive The crises happeningby Covid-19. *Emerald Open Res*, 2

Pratama, E. (2020). “Ekonomi Nasional Mulai Meradang Karena Covid-19”. *Jurnalinteli.net*. Diaksespada Juni 2020 dari <http://www.jurnalinteli.net/2020/03/28/ekonomi-nasional-mulai-meradang-karena-covid-19/>