

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING PADA INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) KUE PIA KABUPATEN PASURUAN YANG TERDAMPAK COVID-19

Hanif Rani Iswari^{1*}, Sopanah²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Widyagama Malang

*email korespondensi: rani@widyagama.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 menjadi biang masalah besar baik nasional maupun internasional bagi beberapa sector ekonomi strategis. Oleh karena itu pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) perlu memikirkan cara untuk menghadapi sebuah kendala seperti ini untuk dapat bertahan selama pandemi. IKM Kue Pia merupakan salah satu dari sekian kategori IKM keunggulan Kabupaten Pasuruan yang mengalami dampak pandemi covid-19. Dari sekian IKM Kue Pia di Kabupaten Pasuruan terdapat salah satu yang terkenal dan menjadi keunggulan di Kabupaten Pasuruan sebagai oleh-oleh khas yakni Produk Pia Manna. Selama ini Pia Manna menjual produknya melalui *offline store* yang berada di jalur strategis Pasuruan-Gempol dan ketika dihadapkan dengan pandemic hampir 2 tahun ini telah banyak upaya yang dilakukan untuk tetap *survive*. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat serta analisis kondisi, maka diadakannya pelatihan digitalisasi marketing dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial dan marketplace untuk memasarkan produk selama pandemi covid-19. Tujuan daripada pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan penjualan selama pandemi dengan memanfaatkan digital marketing. Hal ini dapat dimanfaatkan pelaku IKM khususnya Pia Manna untuk memasarkan produknya secara online. Metode pelaksanaan program ini dilakukan selama 6 bulan dengan kegiatan pelatihan hingga pendampingan optimalisasi media sosial dan marketing yang dilakukan secara *daring* dan *luring*. Setelah program ini, Pia Manna saat ini telah memiliki akun media sosial dan akun di *marketplace* yang dapat dioptimalisasi untuk melakukan penjualan secara online. Selain itu, pemanfaatan SEO dan iklan-iklan berbayar juga dilakukan. Hasilnya selama program berjalan, penjualan yang dihasilkan meningkat terutama penjualan secara ritel melalui pemanfaatan *marketplace* dengan beberapa program-program seperti free ongkir hingga program seperti 9.9 dan lainnya.

Kata Kunci: Covid-19, IKM, Digitalisasi Marketing

PENDAHULUAN

Salah satu sumber perekonomian daerah dan nasional bergerak dari aktivitas ekonomi Industri Kecil dan Menengah (IKM). IKM memiliki banyak peran dalam perekonomian sosial diantaranya sebagai pemeran utama kegiatan ekonomi, berperan dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, penyedia lapangan kerja, menciptakan pasar baru, sumber inovasi, dan berkontribusi terhadap neraca pembayaran dengan cara mendistribusikan pendapatan dan mengurangi tingkat kemiskinan sehingga memiliki peran dalam pembangunan ekonomi daerah (<https://finance.detik.com> diakses Juli 2021). Namun, ketika pandemic covid-19 menerpa, IKM inilah yang pertama merasakan dampaknya.

Permasalahan-permasalahan akibat adanya covid-19 tersebut menuntut para pemangku kepentingan untuk bekerja sama demi mempertahankan keberlanjutan IKM dan melakukan restrukturisasi serta revitalisasi setelah pandemi covid-19 pada sektor IKM dengan tujuan untuk melahirkan komitmen serta kepercayaan IKM. Untuk mengurangi dampak negatif pada sektor pelaku IKM dibutuhkan inovasi yang tepat dan cepat untuk menciptakan aktifitas baru untuk tetap memastikan keberlanjutan usahanya.

Salah satu wilayah di Jawa Timur yang memiliki IKM yang juga mulai bergeliat melakukan optimalisasi teknologi khususnya digitalisasi di bidang pemasaran yakni Kabupaten Pasuruan. Letak wilayah Kabupaten Pasuruan memiliki nilai ekonomi yang strategis. Terlebih adanya pengembangan jalan Tol Gempol-Pandaan-Malang dan Gempol-Pasuruan-Probolinggo yang membuat semakin strategisnya posisi perdagangan ataupun pengembangan industri pengelolaan di Kabupaten Pasuruan (<https://kppip.go.id/> diakses 10 Juli 2021). Industri pengolahan merupakan kontributor terbesar PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) di Kabupaten Pasuruan (<https://pasuruankab.bps.go.id/> diakses 5 Juli 2021). Dari sekian banyak IKM binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pasuruan ada salah satu IKM kategori aneka produk makanan dan minuman yang menjadi keunggulan Kabupaten Pasuruan sebagai oleh-oleh khas yakni sub kategori IKM Kue Pia. Terdapat setidaknya 8 IKM Kue Pia di Kabupaten Pasuruan dan satu diantaranya telah memiliki tempat di hati pelanggan yakni Pia Manna (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pasuruan, 2021).

Pia Manna merupakan produk dari IKM “Manna Home Industry” dan merupakan salah satu produk unggulan Kabupaten Pasuruan. Manna Home Industry merupakan anggota dari Koperasi di Jawa Timur yang seluruh anggotanya adalah produsen produk UKM. Pia Manna menyediakan kue Pia kacang hijau dengan tekstur dan rasa yang manis, gurih, empuk dan lembut yang menjadi ciri Khas Pia Manna. Kondisi Pia Manna selama adanya pandemic covid-19 sangat terimbas. Dari penurunan omset hingga kenaikan harga bahan baku karena adanya distribusi bahan yang terkendala penyekatan wilayah. Selain itu, sebelum adanya pandemic covid-19, Pia Manna mengandalkan penjualan melalui *offline store* dan ketika kebijakan PSSB dilaksanakan nyaris tidak ada kunjungan ke *offline store* sehingga berkurangnya omset yang signifikan.

METODE

Metode program pengabdian masyarakat ini dimulai dengan melakukan pendataan bersama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pasuruan terhadap IKM

binaan kategori aneka makanan dan minuman yang selanjutnya dilakukan identifikasi profile hingga permasalahan. Tahap kedua adalah menentukan obyek pengabdian dari sekian banyak IKM Kue Pia agar program ini optimal dapat dilaksanakan dan memberikan impact yang signifikan. Selanjutnya adalah tahap ketiga dari program ini adalah dilakukan pelatihan berupa pelatihan digital marketing yang terbagi atas beberapa kegiatan yakni pengenalan digital marketing, pengenalan platform media sosial dan pengenalan platform marketplace. Setelah dilakukan pelatihan maka tahapan selanjutnya adalah melakukan pendampingan dalam proses penggunaan dan pengotimalisasian termasuk memanfaatkan SEO dan *advertising online*. Tahap terakhir dilakukan evaluasi program dan usulan keberlanjutan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat pada IKM berdampak di Kabupaten Pasuruan dalam hal ini IKM kategori aneka makanan dan minuman subsektor IKM Kue Pia dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan yang dibutuhkan yakni digital marketing yaitu dilakukan mulai bulan November 2020 hingga April 2021. Kegiatan tersebut meliputi:

A. Pendataan dan Profiling

Pendataan IKM Kabupaten Pasuruan dilakukan dengan mengkategorikan IKM yang dibina oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pasuruan. Setidaknya terdapat 5 kategori dengan total keseluruhan berjumlah 377 IKM. Salah satunya kategori aneka makana dan minuman subsektor IKM Kue Pia yang berjumlah 8 IKM. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 12 November 2020 di Auditorium lantai 4 Gedung Kampus Inovasi Univesitas Widyagama Malang.



Gambar 1.1 Dokumentasi Kegiatan Pendataan dan Profiling IKM Kabupaten Pasuruan

B. Justifikasi Obyek Pengabdian

IKM Kabupaten Pasuruan dengan sub kategori IKM Kue Pia terdiri dari 8 IKM yang tersebar sepanjang jalan pasuruan-gempol yang merupakan jalur strategis untuk wisatawan dan perdagangan. Namun ada satu IKM Kue Pia yang merupakan keunggulan dan memiliki ciri khas sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Pasuruan. IKM tersebut adalah Pia Manna, dan sayangnya walaupun memiliki *positioning* dalam bisnis ini karena cukup banyak pelanggan, IKM Pia Manna cukup tergoncang ketika adanya pandemic Covid-19. Atas dasar analisis dari data yang ada dan referensi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pasuruan maka, program pelatihan dan pendampingan difokuskan pada IKM Pia Manna dengan harapan bisa memaksimalkan dampak pelatihan dan pendampingan pada usaha Pia Manna yang merupakan pioneer untuk IKM Pia sejenis di Kabupaten Pasuruan, selain itu pelaksanaan dapat dilakukan dengan terbatas karena pada saat pelaksanaan juga terkendala PSBB dan pembatasan lainnya.



Gambar 1.2 Dokumentasi Kegiatan Justifikasi Obyek Pengabdian bersama Kepala Dinas Perrindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pasuruan

C. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

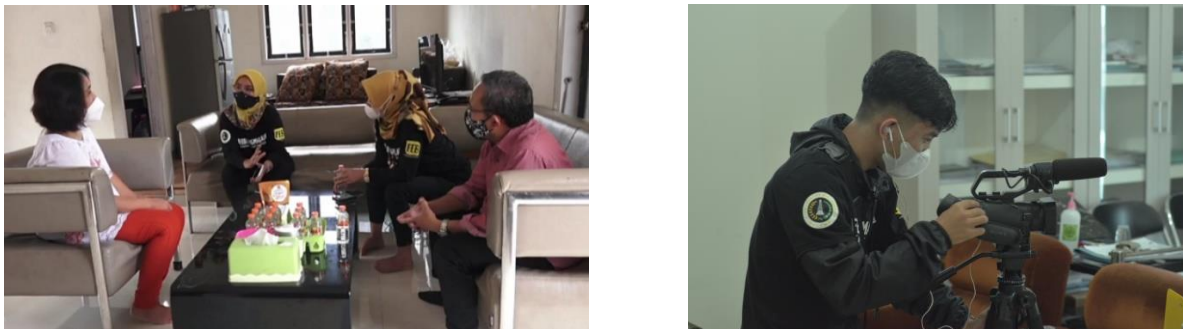
Setelah melakukan *profiling* dan memutuskan IKM PIA Manna maka pada kegiatan berikutnya adalah melakukan pelatihan dan pendampingan digital marketing yang dilaksanakan selama 6 bulan. Sebelum melaksanakan program, untuk menunjang konten yang akan dibuat untuk pemasaran digital maka dilakukan observasi mendalam dari proses produksi, pengemasan hingga pemasaran yang dilaksanakan secara offline oleh manajemen Pia Manna. Berikut dokumentasi kegiatan observasi tersebut:



Gambar 1.3 Dokumentasi Kegiatan Observasi Pia Manna Pasuruan

Dari observasi mendalam langsung pada proses produksi, pengemasan dan pemasaran offline yang dilakukan dihasilkan beberapa keunggulan yang bisa ditonjolkan dalam bentuk konten digital yang bisa mendukung penjualan Pia Manna.

Kegiatan selanjutnya dilakukan pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dan marketplace berupa membuat konten design sederhana menggunakan aplikasi gratis seperti canva, dan juga mengoptimalkan kemampuan copywriting dalam setiap unggahan ataupun update produk Pia Manna di media sosial maupun marketplace. Selain itu juga diberikan pendampingan mengoptimalkan media sosial dengan memaksimalkan hastag dan juga sponsor di instagram. Berikut beberapa dokumentasi pendampingan offline yang dilaksanakan termasuk proses pembuatan konten digital:



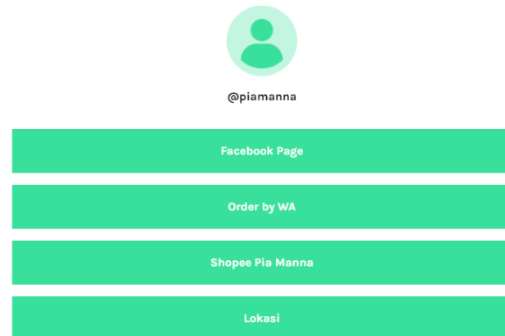
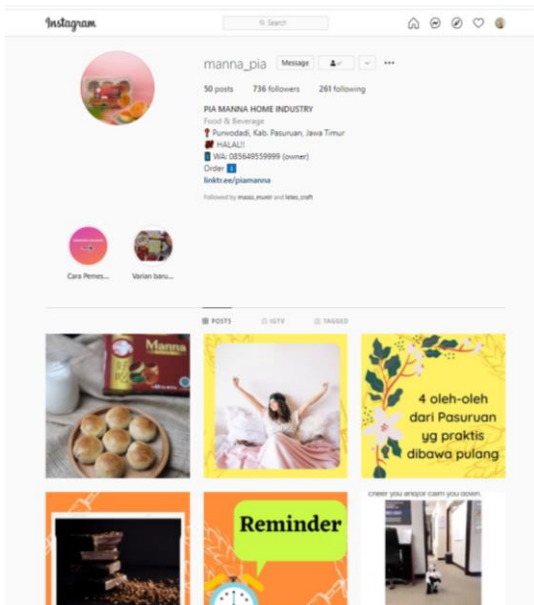
Gambar 1.4 Dokumentasi Pelatihan dan Pendampingan serta proses pembuatan konten digital

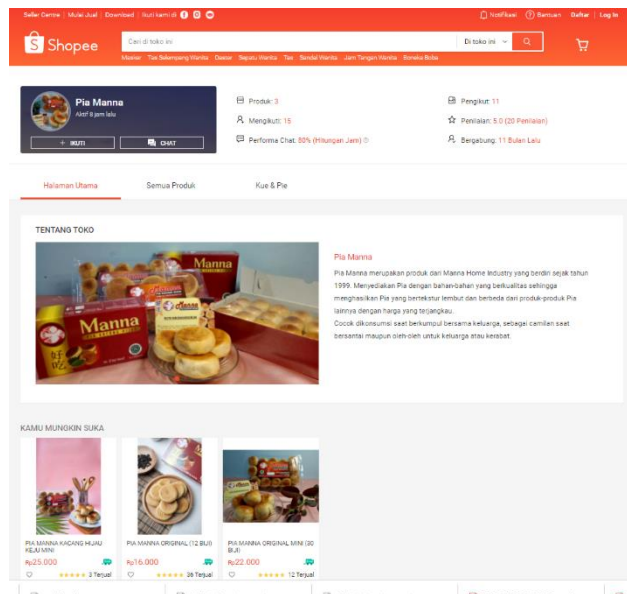
Selain konten digital yang berupa videography juga diberikan pelatihan memanfaatkan handphone untuk mengambil gambar produk sehingga diperoleh gambar yang estetik seperti contoh berikut:



Gambar 1.5 Hasil Pendampingan Pemanfaatan Kamera Handphone untuk konten media sosial dan marketplace

Selanjutnya, dari konten yang telah dimiliki manajemen Pia Manna didampingi dalam pembuatan akun-akun media sosial hingga proses posting dan menerima orderan melalui media sosial ataupun marketplace. Berikut cuplikan gambar media sosial ataupun lapak yang ada di marketplace:





Gambar 1.6 Tampilan Media Sosial dan Marketplace Pia Manna

D. Evaluasi Kegiatan dan Keberlanjutan Program

Kegiatan pada tahap ini adalah evaluasi mengenai praktek pelatihan IKM di Pia Manna. Pelatihan ini melibatkan pemilik usaha PIA MANNA yang diharapkan pemasarannya tidak hanya berpangku dalam satu reseller offline selama ini dan offline store melainkan dapat menciptakan pasar dan peluangnya dalam meningkatkan penjualan produknya melalui media sosial dan marketplace. Dari kegiatan selama 6 bulan yang dilaksanakan, penjualan Pia Manna telah meningkat sekitar 20% dari sebelum dilakukan pelatihan dan pendampingan. Keberlanjutan program berupa perawatan akun media sosial agar memiliki traffic yang menunjang dalam penjualan serta melakukan pelatihan sejenis dengan metode sharing session dan mentoring ke IKM Kue Pia di Kabupaten Pasuruan dengan Pia Manna sebagai role modelnya.

KESIMPULAN

Minimnya pengetahuan pelaku IKM mengenai digital marketing adalah salah satu kendala bagi pelaku bisnis untuk memasarkan produknya. Apabila para pelaku IKM paham akan pentingnya teknologi digital diharapkan mereka termotivasi untuk menggunakan digital marketing menjadi wahana promosi. Dalam pengabdian masyarakat ini dapat ditarik kesimpulan bahwa seteleah dilakukannya program ini yaitu guna meningkatkan omset sehingga pendapatan juga meningkat dan memberikan pengetahuan pemasaran digital, meningkatkan kemampuan optimalisasi penjualan melalui media digital termasuk memberikan

kemampuan pembuatan konten kreatif, dan dengan ini memberikan semangat serta meningkatkan produktivitas baik itu pendapatan maupun produksi serta penjualannya yang bisa dilakukan dengan mengutamakan digitalisasi. Semangat berwirausaha perlu adanya motivasi khususnya dari pihak pemerintah melalui pelatihan-pelatihan ataupun pendampingan atas pengetahuan-pengetahuan dasar terhadap Usaha IKM yang ada di sekitar Kabupaten Pasuruan. Upaya untuk mengoptimalkan strategi dengan kondisi atau situasi saat ini serta mengembangkan proses pemasaran ke arah yang lebih mudah dan praktis yaitu mengutamakan digitalisasi khususnya pada bidang pemasaran terutama ketika new normal saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada Universitas Widyagama Malang melalui LPPM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pasuruan, IKM binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta Pemilik dan Manajemen Pia Manna Pasuruan.

DAFTAR PUSTAKA

Profil Produk Unggulan Industri Kecil dan Menengah Kabupaten Pasuruan, 2021

<https://finance.detik.com/industri/d-5641145/mengintip-peran-ikm-ke-perekonomian-nasional> diakses 12 Juli 2021

<https://kppip.go.id/proyek-strategis-nasional/a-proyek-pembangunan-infrastruktur-jalan-tol/jalan-tol-pandaan-malang-3762km/> diakses 10 Juli 2021

<https://pasuruankab.bps.go.id/subject/52/produk-domestik-regional-bruto.html> diakses tgl 5 Juli 2021