



DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI OPTIMALISASI PEMASARAN DAN PROMOSI DALAM REVITALISASI DAYA TAHAN UKM SEPATU MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DAN REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Sufiatul Maryana¹, Dini Suhartini², Yudhia Mulya³, Agung Prajuhana Putra⁴
Universitas Pakuan Bogor^{1,2,3,4}

Email : sufiatul.maryana@unpak.ac.id¹, dini.suhartini@unpak.ac.id², yudhiamulya@unpak.ac.id³,
prajuhana.putra@unpak.ac.id⁴

Received: (27 November 2021)

Accepted: (30 November 2021)

Published : (15 Maret 2022)

Abstract

The shoe home industry is part of SMEs which are no less important for the national economy. Information technology plays an important role in the online transaction process or digital marketing, especially in the field of sales to small and medium businesses, this requires home entrepreneurs or SMEs to use various available applications to meet customer needs and maintain and increase income in their business sector. Before the pandemic period, the R-Four shoe business received orders in a conventional way from resellers with a large number of orders for each type of shoe and sandal, usually used for well-known brands on the market, but at the beginning of the pandemic everything changed from the order stopped, no payment has been paid and there is no more news from the reseller. As a result, this business almost went out of business because there were no transactions, the circulation of money stopped and many employees were laid off. In this condition, SME business actors need to take different steps in order to maintain the business that has been initiated, supported by a service team from Pakuan University who provides a platform for doing digital marketing and assisting the use of applications so that it becomes a promotional strategy, sales can run and continue to increase.

Keywords: *SMEs, shoes, digital marketing, promotions*

Abstrak

Industri rumahan sepatu merupakan bagian dari UKM yang tidak kalah pentingnya bagi perputaran roda ekonomi nasional. Teknologi informasi sangat berperan penting dalam proses transaksi secara online atau digital marketing terutama dalam bidang penjualan pada usaha kecil menengah, hal ini menuntut pada pengusaha rumahan atau UKM dapat menggunakan berbagai aplikasi yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta mempertahankan dan meningkatkan pendapatan pada bidang usahanya. Sebelum masa pandemi usaha sepatu R-Four menerima pesanan dengan cara konvensional dari pada reseller dengan jumlah pemesanan yang besar setiap jenis sepatu dan sandalnya, biasanya digunakan untuk brand-brand ternama yang ada dipasaran, namun pada awal masa pandemi semua berubah mulai dari pemesanan terhenti, pembayaran tidak ada yang melunasi serta tidak ada kabar lagi dari pada reseller. Akibatnya usaha ini nyaris gulung tikar karena tidak ada transaksi, perputaran uang terhenti dan banyak karyawan yang dirumahkan. Kondisi seperti ini pelaku usaha UKM perlu mengambil langkah yang berbeda agar dapat mempertahankan usaha yang telah dirintis, didukung oleh tim pengabdian dari Universitas Pakuan yang memberi wadah untuk melakukan digital marketing serta pendampingan penggunaan aplikasi sehingga menjadi strategi promosi, penjualan dapat berjalan dan terus meingkat.

Kata Kunci: *UKM, sepatu, digital marketing, promosi*

To cite this article:

Sufiatul Maryana, Dini Suhartini, Yudia Mulya, Agung Prajuhana Putra (2021). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI OPTIMALISASI PEMASARAN DAN PROMOSI DALAM REVITALISASI DAYA TAHAN UKM SEPATU MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DAN REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *Journal of Technology and Social for Community Service (JTSCS)*, Vol(3), 1-7.

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) banyak berkontribusi dalam pengembangan ekonomi Indonesia. Peran penting tersebut telah mendorong banyak negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya untuk mengembangkan UKM (fakhiroh, 2020) (Patimah, 2012). Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah Usaha Kecil Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Rahmat et al., 2008). Salah satu bentuk usaha kecil menengah usaha rumahan sepatu di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor, Jawa Barat bernama R-Four dan memiliki merk sepatu dan sandal bernama Larose.

Hal penting bagi pelaku usaha yang harus diperhatikan adalah mempertahankan dan melihat pergerakan daya beli masyarakat disekitar sehingga dapat menimbulkan permintaan dari reseller atau perusahaan. Apabila permintaan meningkat memungkinkan pasar menjadi potensial dan ketika kondisi permintaan menurun menyebabkan kondisi pasar berada pada posisi yang tidak menguntungkan (Nainggolan, 2018). Keberadaan UKM masih dihadapkan pada permasalahan SDM, pemasaran, teknologi dan strategi promosi.

Kebanyakan dari UKM dalam menjalankan usahanya menggunakan proses konvensional dikarenakan keterbatasan pengetahuan dalam teknologi (Zubaidah & Kholmi, 2020). Hal ini sangat berdampak pada saat terjadi pandemi covid 19, sebelum masa pandemi usaha sepatu R-Four menerima pesanan dengan cara konvensional dari pada reseller dengan jumlah pemesanan yang besar setiap jenis sepatu dan sandalnya, biasanya digunakan untuk brand-brand ternama yang ada dipasaran dengan, namun pada awal masa pandemi semua berubah mulai dari pemesanan terhenti, pembayaran tidak ada yang melunasi serta tidak ada kabar lagi dari pada reseller. Akibatnya usaha ini nyaris gulung tikar karena tidak ada transaksi, perputaran uang terhenti dan banyak karyawan yang dirumahkan. Mitra R-Four memproduksi beberapa jenis sepatu dan sandal, diantaranya sepatu kantor, sandal casual wanita, sepatu anak dan sandal anak yang berbahan dasar rata-rata kulit sintesis hamper, mira, Italy dan lain-lain.

Pengabdian serupa pernah dilakukan oleh para pengabdian terdahulu diantaranya Meliala et.al. membuat pengabdian mengenai strategi peningkatan daya saing UKM berbasis kaizen pada industri sepatu (Meliala et al., 2016), selain itu pengabdian lain pernah melakukan kegiatan serupa untuk meningkatkan pengrajin sepatu dan kulit sehingga memiliki peningkatan ekonomi dan mutu produk (Sinaga, 2018), kemudian ada juga pengabdian yang telah melakukan promosi usaha sepatu dan sandal dengan menyediakan profile dari usaha dan pelaku usaha di medan (Safaruddin, 2017). Hutami melakukan analisis perkembangan UMKM di Indonesia untuk mengetahui permasalahan dan dapat memberikan solusi bagi keberlangsungan UMKM di Indonesia (Hutami, 2018)

Universitas sebagai sarana edukasi yang mengacu kepada Tri Dharma perguruan tinggi dalam bidang pengabdian membantu masyarakat mengurangi hambatan-hambatan tersebut dengan bersinergi bersama UKM melalui pengembangan pengetahuan teknologi serta menerapkan digital marketing. Sinergitas ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas UKM dan memberikan dampak positif pada kemajuannya, sehingga UKM dapat meningkatkan keterampilan dalam bidang teknologi serta mengetahui strategi promosi pada digital marketing.

METODE PELAKSANAAN

Tempat dan Waktu

Proses kegiatan pengabdian pada masyarakat dilakukan dengan bertahap terhadap mitra usaha sepatu R-Four, yaitu pada tanggal 27 Juni 2021, tanggal 11 Oktober 2021 dan 28 November 2021 bertempat di Bengkel

sepatu R.Four yang beralamat di Kp. Sari Inten RT 02/04 Kelurahan Ciomas Rahayu. Kecamatan Ciomas. Kabupaten Bogor – Jawa Barat.



Gambar 1. Bengkel sepatu Mitra R-Four

Khalayak Sasaran

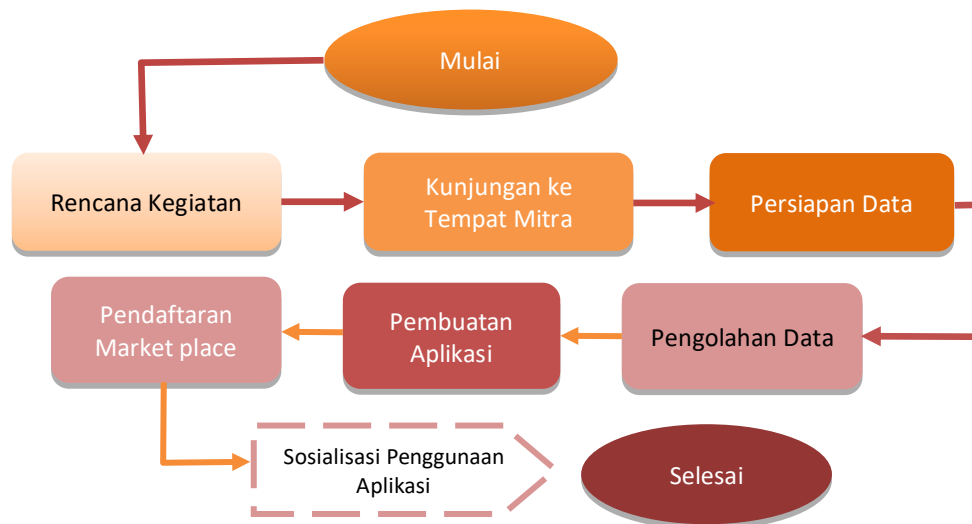
Kegiatan ini memiliki sasaran pelaku usaha rumahan sepatu RFour dalam hal ini owner dan admin yang nantinya bertanggung jawab mengelola konten dari aplikasi dan beberapa media social serta melakukan pelayanan dan promosi yang dimasukan pada aplikasi dan media social yang dikelola.

Teknik Pengumpulan Data

Penyediaan aplikasi dan media sosial untuk melakukan digital marketing, tentunya harus ditunjang dengan konten produk yang dihasilkan dari mitra. Pengumpulan data yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan cara kunjungan atau observasi ke bengkel sepatu, melakukan wawancara, mengumpulkan produk yang ada, pengambilan gambar dan pengisian spesifikasi dari beberapa jenis produk sepatu dan sandal Larose.

Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian yang dilakukan memiliki beberapa tahapan. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian Iptek kepada masyarakat ini mencakup :



Gambar 2. Tahapan Kegiatan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan-tahapan kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian untuk Mitra R-Four diharapkan menghasilkan perubahan dan dapat menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh Mitra R-Four, yaitu tersedianya aplikasi untuk menyimpan dan menampilkan semua produk, tersedianya layanan prima untuk para konsumen yang areanya lebih luas dan beragam.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini ada beberapa hal yang dilakukan yaitu menyediakan wadah untuk transaksi online dan memberikan pelatihan atau sosialisasi sehingga pelaku usaha dapat melakukan transaksi online dan melakukan promosi dan strategi pemasaran lain berupa aplikasi. Kemudian tim pengabdian melakukan pendampingan penggunaan aplikasi kepada mitra R-Four.

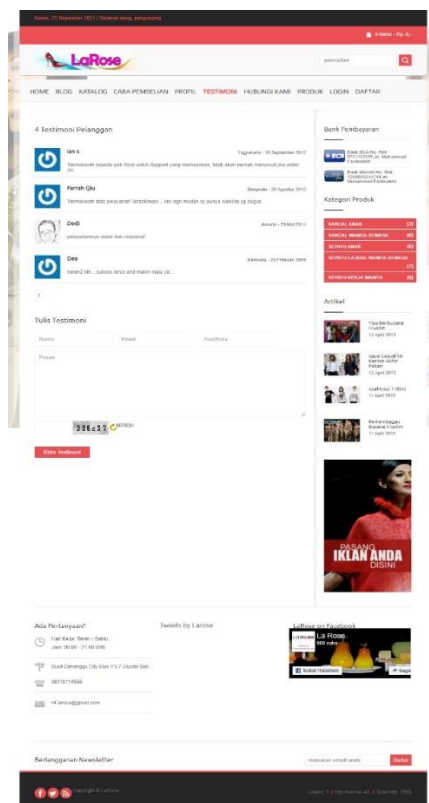
Luaran dari kegiatan pendampingan ini ditampilkan dalam tiga bagian, pertama bagian yang dapat dilihat oleh user eksternal atau masyarakat, bagian kedua adalah login untuk para konsumen yang ingin menandai dan membeli produk Larose dan produk lain dalam R-Four, bagian ketiga untuk admin yang dapat memanipulasi data atau mengatur konten dari web yang ada, mulai dari menambahkan produk, menyimpan, menghapus dan mengubah. Aplikasi ini menampilkan banyak menu diantaranya Home, Blog, Katalog, Cara Pembelian, profil, testimoni, hubungi kami, produk, login dan daftar. Berikut akan ditampilkan beberapa menu pada aplikasi dapat dilihat pada Gambar 3 :



Gambar 3. Halaman Home

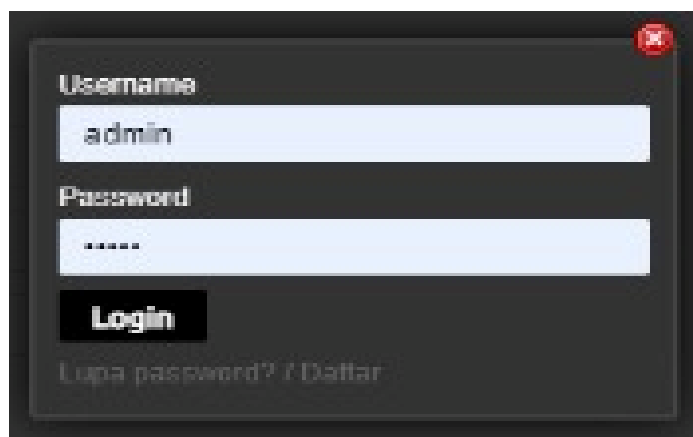
Halaman home ini dapat diakses oleh setiap pengunjung, tampilan lengkap dari halaman home ini adalah koleksi-koleksi terbaru pada produk dari R-Four, akan tetapi pengunjung hanya dapat melihat saja, untuk melakukan pemesanan atau pembelian maka pengunjung masuk ke menu login dan daftar. Selain menu Home terdapat juga menu-menu lainnya, sebagai contoh satu yang akan ditampilkan adalah menu Testimoni seperti terlihat pada Gambar 4

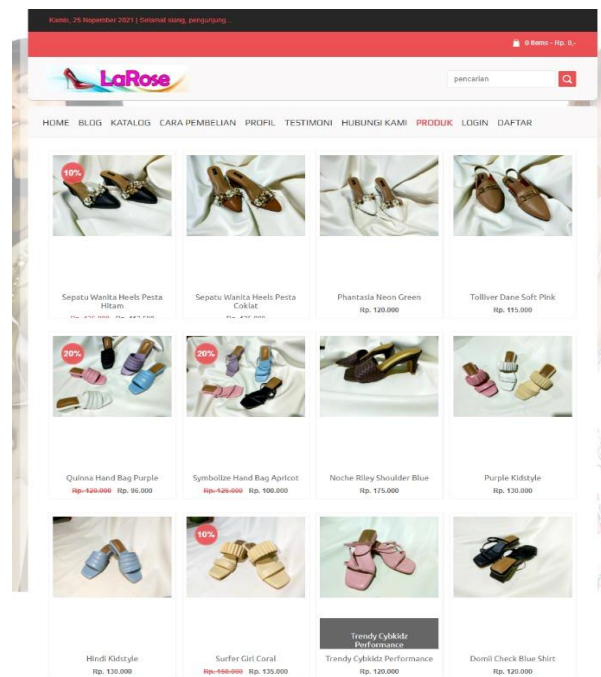
Tampilan testimoni ini menunjukkan penilaian dari para konsumen, tampilan ini penting disediakan untuk mengetahui sejauh mana para konsumen itu menyukai produk atau memberikan kritik dan saran bahkan menyampaikan keluhan terhadap produk atau layanan diberikan.



Gambar 4. Tampilan Terstimoni pada aplikasi

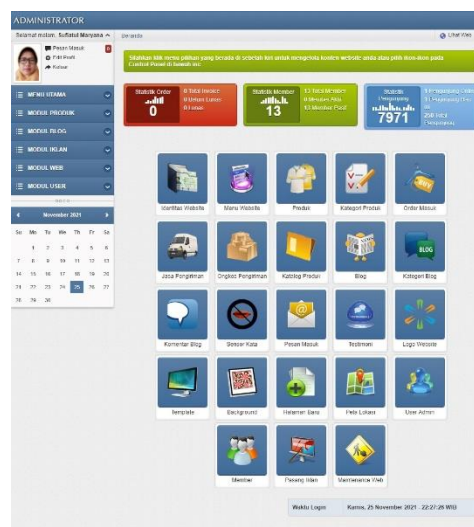
Bagian kedua adalah konsumen yang akan memilih dan membeli produk, konsumen diharuskan daftar dan login untuk memilih prodik dan disimpan dalam keranjang, tampilan login dan produk dapat dilihat pada Gambar 5.





Gambar 5. Tampilan pilihan dan pesanan produk

Bagian ketiga adalah tampilan administrator atau admin, tampilan ini dapat melakukan pengaturan pada tampilan luar, baik itu menambahkan, menghapus, menyimpan dan mengubah. Tampilan administrator pada aplikasi terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Tampilan Administrator.

Aplikasi yang telah dibuat mendapatkan manfaat yang diperoleh, mulai dari dampak ekonomi, dampak sosial budaya dan dampak dari kontribusi mitra dan pelaksanaan PKM yang dijabarkan sebagai berikut:

Dampak Ekonomi

Secara pendapatan sangat terlihat ketika terjadi pandemi covid 19, pendapatan turun drastis bahkan tidak ada pesanan, sehingga bahan baku menumpuk, pengurangan karyawan yang sangat signifikan. Kegiatan penyediaan digital marketing ini sebagai upaya meningkatkan penjualan dan mempertahankan jalannya roda usaha UKM Sepatu R.Four.

Dampak Sosial Budaya

Pandemi Covid 19 menyebabkan banyak perubahan yang terjadi salah satunya adalah dampak sosial budaya terutama pada usaha kecil menengah sepatu R-Four. Dampak social yang sangat terasa adalah pengurangannya pegawai pada UKM tersebut, dengan kegiatan ini diharapkan dapat mengembalikan karyawan yang bekerja pada bengkel sepatu R-Four karena pemesanan akan semakin meningkat. Terkait dengan dampak budaya yang memperkenalkan secara luas kepada masyarakat melalui digital marketing yang disediakan oleh Tim Pengabdian dari Universitas Pakuan.

Dampak Kontribusi Mitra dan Pelaksanaan PKM

Kegiatan yang diadakan oleh Tim Pengabdian dari Universitas Pakuan dan LPPM mengadakan pembuatan aplikasi dan pendampingan menggunakan aplikasi dan market place. UKM sepatu dalam hal ini pelaku usaha sangat kooperatif memberikan banyak informasi mengenai usaha dan produk-produk yang dibuatnya. Selain itu pelaku usaha sangat kooperatif dan bersemangat untuk mempelajari aplikasi yang disediakan oleh pada tim pengabdian.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Mitra R-Four memiliki produk sepatu kantor, sandal casual dengan bahan kulit sintetis dengan mengusung brand Larose, saat ini R-four telah memiliki wadah untuk melakukan transaksi online atau yang disebut digital marketing. Aplikasi Larose ini dapat dijadikan strategi promosi produk dan layanan yang optimal.

Saat ini aplikasi larose telah diisi sebagian produk dari usaha rumahan R-Four, pelaku usaha telah mencoba aplikasi tersebut dengan cara pendampingan penggunaan aplikasi. Proses pendampingan dirasa sangat membantu untuk menginput produk dan penggunaan aplikasi, sehingga diharapkan dapat membantu penjualan semakin meningkat dan layanan konsumen semakin baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada LPPM Universitas Pakuan atas support pendanaan dan semangat yang diberikan oleh pengabdian, Mitra sepatu rumahan RFour yang sangat antusias menerima kegiatan ini dan memberikan segala informasi yang dibutuhkan oleh pengabdian, tidak lupa pula kepada Tim pengabdian baik dosen maupun mahasiswa yang selalu kooperatif bekerjasama untuk menyelesaikan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- fakhriroh, Z. (2020). Peran Home Industri Sepatu Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Muslim Perspektif. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1–93.
- Hutami, M. (2018). Analisis Perkembangan Penelitian UMKM di Indonesia. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Meliala, A. S., Matondang, N., & Sari, R. M. (2016). Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 13(2), 641. <https://doi.org/10.25077/josi.v13.n2.p641-664.2014>
- Nainggolan, O. V. (2018). Analisis Kelayakan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Sepatu Dan Sandal Di Bogor. *Jurnal Bina Akuntansi*, 5(1), 101–149. <https://doi.org/10.52859/jba.v5i1.37>
- Patimah, S. (2012). Pengembangan Ukm Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Manajemen Usaha Di Sentra Sepatu Cibaduyut. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media ...*, 401–411.
- Rahmat, D., Yang, T., & Esa, M. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*.
- Safaruddin. (2017). Profil UMKM Sepatu dan Sandal di Kecamatan Medan Denai , Kota Medan. *Irons, April*, 570–574.
- Sinaga, W. A. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Pengrajin Sepatu Kulit Bunut oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Asahan. *Tesis*.
- Zubaidah, S. ., & Kholmi, M. (2020). Pendampingan Manajemen Usaha Pada Ukm Sepatu Bersih Di Malang. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (JANAYU)*, 1(2), 159–167.