

Pengoptimalan Pemasaran Melalui Media Digital pada Usaha *Homemade* Produksi Organik di Desa Padangsambian Klod

Optimizing Marketing Through Digital Media in Homemade Organic Produce Businesses in Padangsambian Klod Village

^{1*)}Luh Komang Anita Subawa Putri, ^{2*)}I Gusti Ngurah Widya Hadi Saputra

^{1,2*)}Universitas Pendidikan Nasional

Jl. Bedugul No.39, Sidakarya, Kec. Denpasar Sel., Kota Denpasar, Bali 80224, Indonesia

*email korespondensi: anitaputrisubawa@gmail.com

DOI:

[10.30595/jppm.v7i2.10076](https://doi.org/10.30595/jppm.v7i2.10076)

Histori Artikel:

Diajukan:
15/03/2021

Diterima:
05/09/2023

Diterbitkan:
25/09/2023

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 memiliki dampak besar terhadap segala aspek dan sektor di kehidupan masyarakat terutama pada sektor ekonomi. Banyak masyarakat yang terkena dampak pandemi Covid-19 ini seperti Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan dirumahkan, kemudian mereka beralih membuka usaha sendiri untuk melangsungkan kehidupannya. Salah satunya Di Desa Padangsambian Klod, Denpasar Barat terdapat usaha *homemade* produk organik berupa masker wajah, sabun, dan lilin aromaterapi. Dizaman sekarang, penggunaan media digital sebagai tempat penjualan masih belum optimal pada usaha ini. Menyebabkan terjadinya kendala pada pemasaran produk. Dengan hal tersebut mendorong penulis untuk memberikan edukasi dan pemahaman bagaimana pengoptimalan pengelolaan pemasaran melalui media digital. Metode yang dilakukan yaitu memberikan pengetahuan, edukasi, dan pemahaman serta pendampingan tentang pemasaran pada media digital. Dari kegiatan tersebut dapat memperoleh hasil peningkatan pemasaran melalui media digital yang dapat meningkatkan keuntungan penjualan bagi usaha.

Kata kunci: Media Digital; Pemasaran; Usaha *Homemade*

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has a major impact on all aspects and sectors in people's lives, especially in the economic sector. Many people have been affected by the Covid-19 pandemic such as layoffs and being laid off, then they switched to opening their own businesses to carry on their lives. One of them is in Padangsambian Klod Village, West Denpasar, there is a business of *homemade* organic products in the form of face masks, soaps, and aromatherapy candles. Nowadays, the use of digital media as a place of sale is still not optimal in this business. Cause constraints on product marketing. With this, it encouraged me to provide education and understanding on how to optimize marketing management through digital media. The method used is to provide knowledge, education, and understanding and assistance on marketing in digital media. From these activities, you can get the results of increased marketing through digital media which can increase sales profits for businesses.

Keywords: Digital Media; Marketing; Business *Homemade*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memiliki dampak besar terhadap segala aspek dan sektor di kehidupan masyarakat terutama pada sektor ekonomi yang kian merosot. Dampak tersebut tidak hanya dirasakan oleh industri besar,

pandemi virus Covid-19 juga memberikan dampak terhadap pelaku usaha, maupun masyarakat luas. Dikarenakan menurunnya kegiatan masyarakat di luar rumah, maka secara otomatis juga menimbulkan penurunan jumlah pembeli pada suatu usaha. Sehingga

pendapatan yang diperoleh oleh pelaku usaha menjadi berkurang. Bahkan tak dipungkiri juga para pelaku usaha menutup usahanya karena tidak mendapatkan keuntungan, melainkan mendapatkan kerugian. Dalam masa pandemi Covid-19 ini, banyak masyarakat yang mendapat pemutusan hubungan kerja (PHK) dan dirumahkan oleh tempatnya bekerja, menyebabkan pengangguran meningkat. Dari hal tersebut, masyarakat beralih menjadi wirausahawan untuk melangsungkan kehidupannya. Ditengah Pandemi Covid-19 ini, pelaku usaha setidaknya mampu mengandalkan pemasaran produk secara online melalui media sosial untuk mengurangi aktivitas di luar rumah dan tetap bisa bekerja dirumah. Dampak dari pandemi Covid-19 juga dirasakan oleh masyarakat di Desa Padangsambian Klod.

Desa Padangsambian Klod merupakan salah satu desa di Kota Denpasar tepatnya bagian Denpasar Barat yang memiliki luas wilayah 412,00 Ha dengan jumlah penduduk sebanyak 28.470 jiwa (website data BPS Bali 2020). Masyarakat yang bekerja sebagai pegawai kantoran banyak yang terkena pemutusan hubungan kerja (PHK) dan dirumahkan, namun tidak sedikit juga yang menjalani *work from home* (WFH). Serta masyarakat yang mata pencaharian sebagai pelaku usaha/pedagang juga terkena imbas dampak pandemi Covid-19. Karena mengalami hal tersebut, masyarakat yang terkena dampak pandemi Covid-19 ini mencari cara agar dapat terus melangsungkan kehidupannya. Mereka membuka usaha baru untuk memperoleh pendapatan, seperti salah satunya penjualan produk dari bahan organik, berupa lilin aromaterapi, sabun, dan masker wajah. Produk-produk tersebut dibuat dan diperjualkan selain untuk mendapatkan keuntungan, juga untuk meningkatkan kreativitas yang dimiliki serta mengurangi penggunaan bahan-bahan kimia.

Produk-produk tersebut dihasilkan bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan yang digunakan untuk kelangsungan hidup, tetapi juga karena pengalaman pribadi dan kreativitas pemilik usaha, yakni Aristya dalam memproduksi masker wajah hasil racikannya. Dengan terjadinya hal tersebut, menumbuhkan inovasi produk baru yakni lilin aromaterapi dan

sabun organik. Produk-produk dihasilkan sebagai aromaterapi untuk meningkatkan *mood*. Aromaterapi merupakan istilah modern yang dipakai untuk proses penyembuhan kuno yang menggunakan sari tumbuhan aromatik murni. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesehatan tubuh, pikiran, dan jiwa. Aromaterapi berasal dari dua kata, yaitu aroma dan terapi. Aroma berarti bau harum atau bau-bauan dan terapi berarti pengobatan. Sehingga aromaterapi adalah salah satu pengobatan penyakit dengan menggunakan bau-bauan yang umumnya berasal dari tumbuh-tumbuhan serta berbau harum, gurih, dan enak yang disebut minyak atsiri (Agusta, 2002). Selain digunakan untuk meningkatkan mood dan kesehatan, juga bisa sebagai produk kecantikan untuk merawat kulit.



Sumber : Pemilik Usaha, Aristya

Gambar 1. Foto Produk-Produk Usaha Homemade Produk Organik

Di zaman sekarang dengan perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin canggih, pemilihan penggunaan pemasaran melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh pelaku usaha, sekarang ini penggunaan media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi. Media Sosial adalah untuk

bersosialisasi satu sama lain sebuah media yang dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu (E.R., 2017). Salah satu kelebihan media sosial adalah memiliki banyak potensi untuk kemajuan suatu usaha. Media sosial dapat digunakan untuk melakukan komunikasi dalam bisnis, membantu pemasaran produk dan jasa, berkomunikasi dengan pelanggan dan pemasok, melengkapi merk, mengurangi biaya dan untuk penjualan online. Penggunaan *e-commerce* sebagai media penjualan dan pemasaran produk pun mulai meningkat. Maka dari peningkatan penggunaan *e-commerce* tersebut, pada tahun 2017 diterbitkan Perpres No. 74 tahun 2017 mengenai Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik atau SPNBE. Dengan keluarnya Perpres itu, pemerintah mempertimbangkan perlunya ketersediaan data *e-commerce* yang dapat memetakan perkembangan *e-commerce* di Indonesia, sebagai *evidence based policy making* dalam perumusan kebijakan dan pengambilan keputusan. Selanjutnya pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang mengatur tentang pihak-pihak yang melakukan, persyaratan, penyelenggaraan, kewajiban pelaku usaha, iklim, penawaran, penerimaan, konfirmasi, kontrak, pembayaran, pengiriman barang, penukaran barang dalam perdagangan dengan sistem elektronik, perlindungan data pribadi, penyelesaian sengketa PMSE hingga pengawasan dan pembinaan PMSE. Provinsi Bali adalah provinsi yang memiliki jumlah usaha *e-commerce* terbanyak dengan pendapatan diatas 50 milyar per tahun, yaitu sebesar 1,46% (data website BPS 2020).

Permasalahan Mitra

Pemilik Usaha *Homemade* Produk Organik ini melakukan pemasaran kepada kerabat dan orang-orang terdekat dan juga sudah menggunakan media sosial Instagram sebagai media untuk melakukan pemasaran. Selama melakukan pemasaran melalui cara tersebut belum terlalu meningkatkan penjualan, jumlah produk yang dijual rata-rata 6-8 produk

per minggu dan penjualannya baru di kawasan Denpasar saja. Maka dari itu mengajak pelaku untuk mengembangkan kreativitas dalam memasarkan produk yang ditawarkan agar dapat menarik minat pembeli melalui pemanfaatan media digital. Dengan begitu diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan. Selain itu juga perizinan atas produk yang dihasilkan sangat penting. Izin atas produk diperlukan agar produk dapat diperjual belikan dan calon pembeli atau konsumen tidak ragu lagi untuk memakai produk karena sudah tahu komposisi yang digunakan untuk produk. Dengan terjadinya hambatan/masalah, penulis membantu Usaha *Homemade* Produk Organik ini dalam mengoptimalkan pemasaran yang diberdayakan oleh pemilik usaha melalui media digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dapat dijabarkan yaitu Bagaimana cara mengoptimalkan pemasaran produk pada Usaha *Homemade* Produk Organik?

Solusi yang Ditawarkan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijabarkan, yaitu bagaimana cara pengoptimalan pemasaran yang diberlakukan pada Usaha *Homemade* Produk Organik maka adapun solusi yang diberikan dan dijalankan sesuai dengan metode kegiatan.

Penulis memberikan solusi untuk pengoptimalan pemasaran produk. Sebelumnya, usaha ini sudah melakukan pemasaran secara konvensional dan melalui media sosial Instagram. Namun pemasaran tersebut masih belum optimal, menyebabkan penjualan hanya 6-8 produk dalam satu minggu. Dengan permasalahan yang terjadi, penulis membantu pemasaran yang dapat dilakukan dengan cara menggunakan media digital, yaitu penggunaan *e-commerce* sebagai tempat pemasaran dan penjualan dan pembuatan sosial media khusus untuk usaha tersebut. Dilakukan dengan pengedukasian manfaat menggunakan *e-commerce* sebagai tempat penjualan dan membantu cara pendaftaran serta penggunaan *e-commerce* tersebut. Dengan dilakukannya hal tersebut

diharapkan dapat menarik minat pembeli dan meningkatkan penjualan. Dipilihnya media sosial Instagram dan *e-commerce* sebagai media pemasaran dan penjualan karena saat ini semua orang lebih banyak menggunakan media digital sebagai alat komunikasi hingga berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Selain itu juga, penulis mengedukasi pemanfaatan produk-produk organik tersebut yang bisa sebagai aromaterapi bahkan produk untuk perawatan kulit. Meskipun menggunakan bahan-bahan organik untuk pembuatan produknya, tidak menjamin apakah produk tersebut aman atau tidak. Jadi penulis memberikan solusi untuk mengurus perizinan untuk produk serta perijinan untuk berdagang. Hal tersebut dilakukan agar calon konsumen atau pengguna tidak perlu khawatir lagi akan produk saat menggunakannya. Perizinan untuk produk yang dihasilkan sangat diperlukan untuk penjaminan komposisi yang dipakai baik untuk digunakan bagi kulit atau tidak.

Adapun solusi tambahan yang penulis berikan yaitu untuk memaksimalkan terjalannya proses dalam usaha (produksi, packaging, pemasaran, hingga penjualan) dengan ditambahkan sumber daya manusia untuk dipekerjakan. Bisa mempekerjakan orang-orang terdekat terlebih dahulu, seperti keluarga ataupun tetangga sekitar rumah. Hal ini dilakukan agar dapat membantu pemilik usaha untuk melakukan proses produksi.

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Desa Padangsambian Klod Kecamatan Denpasar Barat merupakan titik fokus dalam pengabdian ini. Sebagai pusat kegiatan pengabdian ini pada Usaha *Homemade* Produk Organik dalam bentuk penyuluhan dan edukasi. Adapun pelaksanaan kegiatan ini selama 45 hari dan melakukan observasi, wawancara, penyuluhan dan edukasi.

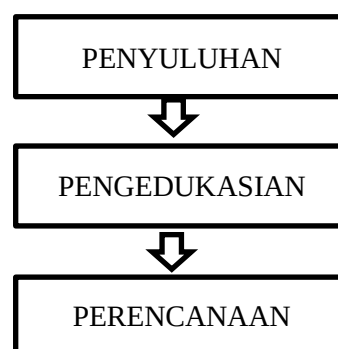
Sasaran Pengabdian

Pada program pengabdian ini mentitik fokuskan pada kesejahteraan pemilik usaha. Oleh karena itu, sasaran dalam pengabdian ini untuk pemilik usaha, dengan pengadaan edukasi kepada pemilik usaha tentang media digital sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk. Dengan diadakannya edukasi ini

diharapkan dapat berdampak positif dan meningkatkan pendapatan bagi usaha.

METODE

Berdasarkan solusi yang diberikan, adapun metode yang akan dilakukan yaitu dengan melakukan penyuluhan terlebih dahulu, kemudian pengedukasian tentang pemasaran melalui media digital khususnya pada *e-commerce* serta perencanaan pembuatan *e-commerce*.



Gambar 2. Aliran Metode Pengabdian

Kegiatan penyuluhan dilakukan dengan memaparkan maksud dan tujuan dari kegiatan KKN ini. Kegiatan ini dilakukan dengan menanyakan langsung kepada pemilik usaha tentang usaha yang dijalankan serta kendala yang dihadapi yaitu pada pemasaran.

Setelah mengetahui kendala yang dihadapi, kemudian penulis memberikan edukasi tentang pemasaran yang baik digunakan serta mengenai keperluan izin atas produk. Pemaparan edukasi dilakukan melalui aplikasi *Zoom Meeting*.

Setelah melakukan pemaparan materi adanya perencanaan pembuatan akun pada *e-commerce* dan pengoptimalan sosial media serta keputusan adanya penambahan sumber daya manusia dan pencarian izin produk atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode-metode yang dijabarkan telah dilaksanakan secara daring melalui aplikasi *Zoom Meeting* bersama pemilik usaha, Aristya yaitu mulai dari kegiatan penyuluhan, pengedukasian, serta perencanaan guna

membantu agar usaha dapat mengoptimalkan pemasaran yang dilakukan.



Sumber : Hasil Kegiatan (2021)

Gambar 3. Kegiatan Edukasi Materi Pemasaran

Kegiatan pemaparan materi tentang pemasaran bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pemasaran pada media digital khususnya pada *e-commerce*. Memilih *e-commerce* sebagai media digital tambahan untuk melakukan pemasaran produk karena saat ini penggunaan *e-commerce* sudah mendunia dan rata-rata. Sehingga dapat lebih mudah untuk diketahui masyarakat luas.



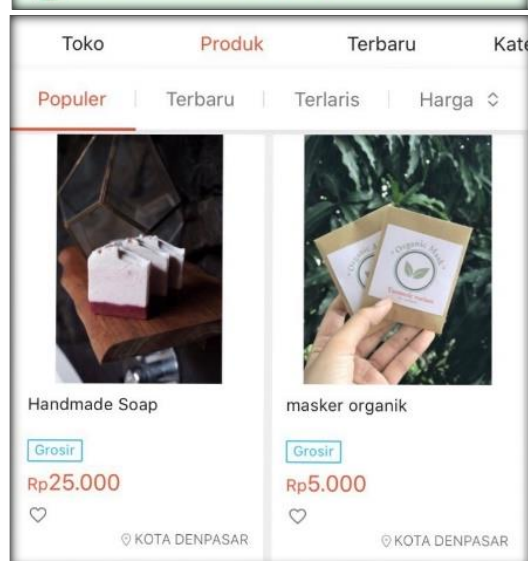
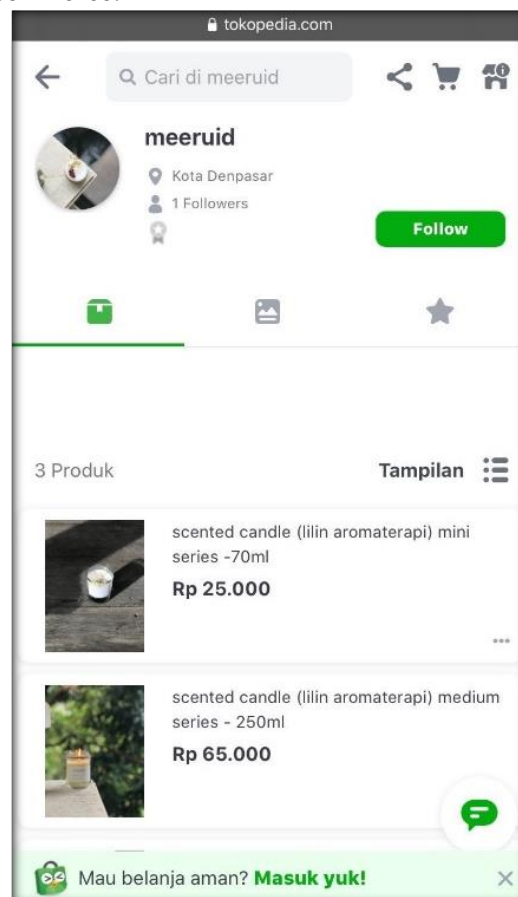
Sumber : Hasil Kegiatan (2021)

Gambar 4. Kegiatan Edukasi Materi Izin Produk

Kegiatan pemaparan tentang izin produk memberikan pengetahuan dan pemahaman bagaimana perlunya izin produk agar calon pembeli ataupun konsumen tidak khawatir membeli dan menggunakan produk.

Setelah melakukan pengedukasian dilanjutkan dengan perencanaan dan pendampingan pembuatan *e-commerce* sebagai sarana pemasaran dan penjualan. Kegiatan ini bertujuan untuk mendampingi pemilik usaha dalam mempraktekan hasil dari materi edukasi

yang telah disampaikan sehingga dapat berguna dalam pengoptimalan pemasaran usaha tersebut. Pelaksanaan metode ini pemilik usaha mengirimkan hasil yang telah dibuat sesuai dengan materi edukasi, yaitu pembuatan *e-commerce*.

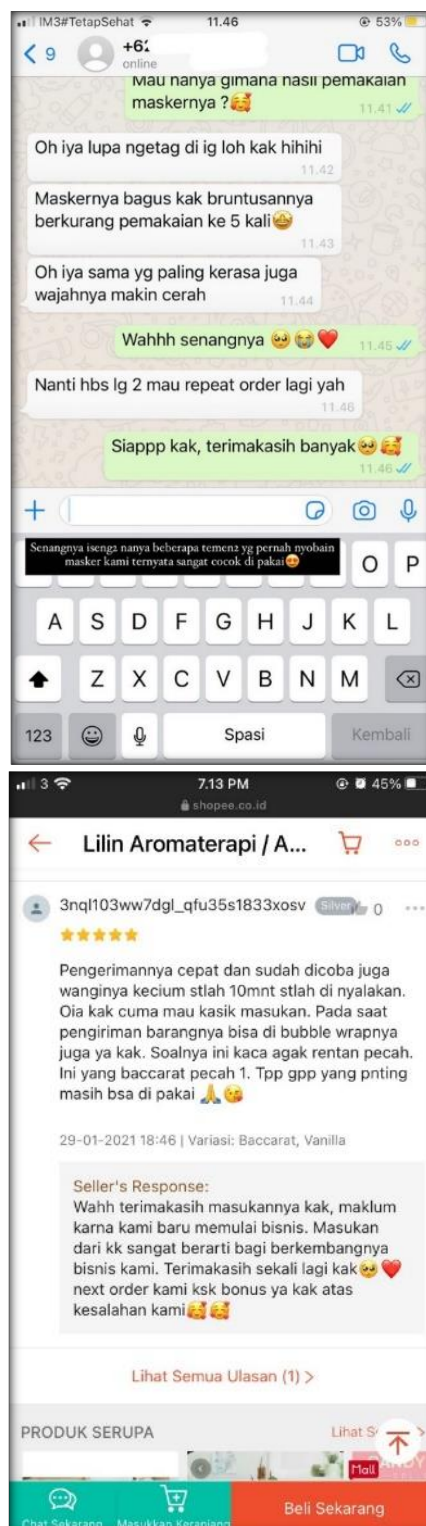




Sumber : Hasil Kegiatan (2021)

Gambar 5. Hasil dari Pendampingan Pemilik Usaha

Hasil dari kegiatan penyuluhan, edukasi dan perencanaan terhadap pemilik usaha tersebut secara keseluruhan berjalan dengan baik. Pemilik usaha sudah bisa membuat *e-commerce* Tokopedia dan Shopee serta sudah dapat membuat foto produk dengan baik dan menarik. Hingga laporan ini dibuat, pemilik usaha udah dapat memposting konten foto produk dan testimoni pada laman sosial media Instagramnya yaitu meeruu.id.



Sumber : Hasil Kegiatan (2021)

Gambar 6. Hasil Testimoni Pembeli Usaha Homemade Produk Organik

Untuk perizinan produk pemilik usaha akan mencoba mendaftarkan produk agar mendapat izin. Meskipun belum mendapatkan izin produk pemilik usaha menjamin komposisi yang digunakan semuanya berasal dari bahan-bahan organik yang baik digunakan untuk kulit dan juga sampai saat ini belum adanya *complain* dari pembeli atas ketidakcocokan/iritasi setelah menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan hasil yang diperoleh setelah mengoptimalkan pemasaran pada media sosial Instagram dan mulai penjualan pada *e-commerce* dapat meningkatkan pendapatan pemilik usaha. Jika sebelumnya pemilik usaha menjual produknya hanya sebanyak 6-8 produk per minggunya dengan penghasilan rata-rata Rp. 400.000,-. Setelah menggunakan media sosial Instagram dan *e-commerce* dengan baik penjualannya meningkat menjadi 13-20 produk per minggunya dengan penghasilan rata-rata hampir Rp. 1.000.000,-. Untuk perizinan produk pemilik usaha akan mencoba mendaftarkan produk agar mendapat izin dan bisa menjual ke luar Bali.

SIMPULAN

Kurangnya pemanfaatan media digital menjadi permasalahan utama pada Usaha *Homemade* Produk Organik. Kurangnya fasilitas dan pengetahuan yang dimiliki pemilik usaha menjadikan usahanya masih belum diketahui masyarakat luas. Pemasaran yang masih dilakukan dengan metode tradisional melalui *Word of Mouth (WOM)* atau mulut ke mulut serta media sosial Instagram, menyebabkan jangkauan pembeli hanya sekitar Denpasar saja. Sehingga edukasi yang penulis berikan dalam kegiatan pengabdian ini dalam membantu memberikan informasi dan pembuatan *e-commerce* menjadi langkah strategis dalam mengatasi permasalahan tersebut. Dengan mengetahui media digital, diharapkan pemilik Usaha *Homemade* Produk Organik dapat lebih memanfaatkan media digital terutama sosial media dan *e-commerce* sebagai sarana dalam berbisnis serta menciptakan pemasaran yang lebih kreatif dan dapat merespon pembeli dengan cepat sehingga dapat meningkatkan profit untuk usaha.

Diharapkan untuk UKM yang lain juga bisa memanfaatkan media digital untuk membantu pemasaran produk usaha yang dimiliki, yang dimana nantinya dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Candra dan Dadang Hermawan. 2013. *E-Business & E-commerce*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Dedy Harto, Sulistya Rini Pratiwi, Mohamad Nur Utomo, Meylin Rahmawati. 2019. Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Volume 3*.
- Dhini Ardianti, Winne Wardiani, Latifah Adnani. 2018. PKM Pemasaran Online Pada Usaha Sabun Herbal di Kota Bandung. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Fitri Kurniasari, Nila Darmayanti, Santi Dwi Astuti. 2017. Pemanfaatan Aromaterapi Pada Berbagai Produk (Parfum Solid, Lipbalm, dan Lilin Anti Nyamuk). *Dimas Budi : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Vol.1*.
- Maulidasari, Cut Devi dan Rusma Setiyani. 2020. Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*.
- Nasrullah, Dede Hidayatullah, Achmad Unggul WP, Satria ., 2016. Pendampingan *E-Commerce* dan Pendidikan di Cerme Kecamatan Ngimbang Lamongan. *AKSIOLOGIYA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol 1*.
- Zainal Abidin Achmad, Thareq Zendo Azhari, Wildan Naufal Esfandiar, Nafila Nuryaningrum, Anisah Farah Dhilah Syifana, Indah Cahyaningrum. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM di

Luh Komang Anita Subawa Putri, I Gusti Ngurah Widya Hadi Saputra

Pengoptimalan Pemasaran Melalui Media Digital pada Usaha Homemade Produh Organik di Desa Padangsambian Klod

Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten
Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*
Volume 10.