



EDUKASI STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DAN TIPS WIRAUSAHA PADA MASA PANDEMI DI DUSUN BUTUH, DESA CUCUKAN**Oleh****Lusia Tria Hatmanti Hutami¹⁾, Desy Tri Inayah²⁾, Ari Widya Utami³⁾, Adelia Rantika Sari⁴⁾****^{1,2,3,4} Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa****E-mail: trialusia@ustjogja.ac.id**

Article History:*Received: 04-08-20201**Revised: 12-09-2021**Accepted: 24-09-2021***Keywords:***Motivasi Berwirausaha,
Pemasaran Digital,
Kreativitas, Pengabdian
Masyarakat*

Abstract: *Pada masa Pandemi Covid-19 perekonomian masyarakat mengalami penurunan. Perlu adanya edukasi yang dapat membantu para pelaku usaha untuk bangkit kembali dari ketidakpastian kondisi saat ini. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan pelaku usaha khususnya di dusun Butuh RW 09 Cucukan, Prambanan, Klaten, Jawa Tengah. Tujuan kegiatan ini yaitu menjelaskan mengenai strategi pemasaran digital dan peluang produk yang dibutuhkan dan diminati saat ini serta motivasi berwirausaha. Metode yang dilakukan yaitu dengan ceramah, diskusi dan pendampingan. Materi yang disampaikan pada pengabdian masyarakat ini yaitu strategi pemasaran digital dan tips wirausaha dimasa pandemi. Hasil dari kegiatan ini adalah strategi pemasaran digital yang menyeluruh oleh peserta dapat di implementasikan dan produk yang diminati serta dibutuhkan saat ini yang dapat memunculkan peluang usaha yang menjanjikan.*

PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam semangat filosofi Ajaran Ki Hadjar Dewantara “Opor Bebek Mateng Saka Awake Dhewe” yang berarti bahwa: 1) manusia mampu menyelesaikan tugas dan kewajiban dengan kemampuan sendiri (berdiri di atas kaki sendiri); dan 2) Mampu membiayai hidup dari hasil pendapatannya sendiri secara halal dan wajar (opor bebek mateng karena awake dhewek) ¹. Dalam proses mencapai kemandirian tersebut tentu pengusaha UMKM banyak mengalami tantangan terutama di masa-masa pandemi sekarang ini. Pengusaha UMKM perlu melakukan penyesuaian serta meningkatkan kreativitas untuk dapat memenangkan pasar. Adapun mitra yang terlibat dalam pengabdian ini adalah masyarakat Dusun Butuh RW 09 Cucukan, Prambanan, Klaten, Jawa Tengah. Berdasarkan tahap survei, diketahui masyarakat setempat memerlukan pendampingan dalam hal pemasaran digital dan juga tips berwirausaha di masa pandemi ini untuk mendorong motivasi mereka serta pengembangan kreatifitas.

Banyaknya pesaing bisnis dan tantangan dalam ketepatan memilih alat pemasaran

¹ Soenarno Hadiwijoyo, *Ki Hadjar Dewantara Dalam Pandangan Para Cantrik Dan Mentriknnya* (Yogyakarta: Majelis Luhur Persatuan Taman Siswa, 1989).



agar tepat sasaran membuat para pelaku UMKM harus selektif dalam memasarkan produk mereka. Komunikasi dalam pemasaran digital merupakan alat yang sangat kuat untuk membangun merek dan memperkuat hubungan secara individual maupun komunitas dengan menarik mereka secara aktif melalui proses pemasaran². Penggunaan media pemasaran digital harus memiliki strategi dan konsep yang kuat sebagai fondasi dasar sehingga pelanggan dapat loyal kepada pelaku UMKM dan diharapkan dapat meningkatkan pembelian online. Oleh karena itu, penting sekali memberikan pengetahuan literasi dan pelatihan tentang Strategi Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM.

Berfikir kreatif dan inovatif sangatlah diperlukan dalam kehidupan sosial maupun dalam pekerjaan, sementara bagi seorang wirausaha, harus mengetahui cara berfikir kreatif dan inovatif, karena merupakan modal yang sangat penting³. Para pelaku usaha belum mampu mengetahui peluang usaha dimasa pandemi Covid-19. Mereka masih mempertahankan produk yang dijual tanpa mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan saat ini, mereka biasanya menunggu pasar mulai bergerak dan memproduksi ketika ada pesanan yang masuk. Pelaku usaha cenderung kurang mampu beradaptasi dengan teknologi. Solusi atas masalah tersebut yaitu setiap pelaku usaha harus bisa menemukan peluang usaha dilingkungan sekitarnya baik dalam diri sendiri, dan melihat potensi disekitar tempat usaha. Di masa pandemi seperti ini banyak peluang usaha yang menjanjikan dan dicari oleh banyak orang seperti layanan disinfektan, masker, handsanitizer, rempah tradisional, dll. Selain menjual produk berupa barang di masa pandemi juga banyak peluang di bidang digital seperti content creator, jasa desain grafis, jasa membuat video, membuat website, fotografer, translator, dll. Hal tersebut bermula dari sesuatu yang disukai atau dikuasai dapat menjadi peluang untuk dapat menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu perlu diberikannya materi Tips Berwirausaha di Masa Pandemi.

METODE

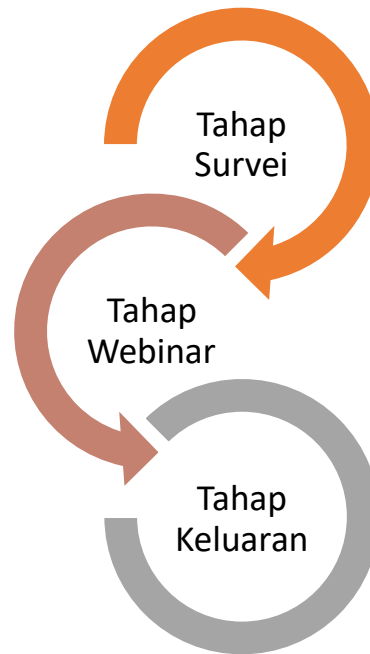
Sebelum pemaparan dilakukan, dilakukan survei lapangan dan wawancara oleh tim pada warga sekitar untuk memastikan topik webinar sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal. Berdasarkan hasil survei, diketahui bahwa masyarakat Desa Cucukan, kecamatan Prambanan mengalami kesulitan terkait dengan strategi pemasaran digital saat pandemi berlangsung sehingga membuat motivasi berwirausaha menjadi padam. Oleh karenanya diperlukan adanya pemaparan materi strategi pemasaran digital dan motivasi semangat berwirausaha di masa pandemi. Karena kondisi diberlakukannya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) saat itu oleh pemerintah pusat, pemberian materi dilaksanakan secara daring melalui aplikasi Zoom. Dengan demikian disimpulkan bahwa metode yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini ditunjukkan pada warga Desa Cucukan, kecamatan Prambanan dengan cara memberikan paparan *online (webinar)* melalui aplikasi Zoom pada hari Jumat tanggal 23 Juli 2021 pk 09.00 WIB-11.00 WIB. Pada tahapan selanjutnya diberikan sesi tanya jawab untuk memastikan penyampaian materi sudah didapatkan dengan tepat. Adapun *feedback* dari masyarakat dapat diterima dengan baik

² David Aaker, "Four Ways Digital Works to Build Brands and Relationships," *Journal of Brand Strategy* 4, no. 1 (2015); Kuldeep Brahmabhatt, "Ethical Marketing Communication in the Era of Digitalization," *Indore Management Journal* 7, no. 2 (2015): 36-44.

³ Munjiati Munawaroh, Hasnah Rimiyati, and Fajarwati, *Kewirausahaan Untuk Program Strata I* (Yogyakarta: LP3M UMY, 2016).



sehingga webinar dapat diselesaikan tepat waktu.



Gambar 1. Tahapan Pengabdian Masyarakat

HASIL

Webinar dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 23 Juli 2021 pk 09.00 WIB-11.00 WIB dengan mengambil tema “1.Edukasi Strategi Digital Marketing dan Tips Wirausaha Dimasa Pandemi”. Sesi pertama diawali dengan pembukaan oleh ketua tim KKN Padepokan 6 dalam program KKN Tematik “Dewantara Muda Tanggap COVID-19”, yaitu Ari Widya Utami. Dilanjutkan dengan pemaparan materi pertama tentang “Strategi Digital Marketing” oleh Lusya Tria Hatmanti Hutami, S.E., MM., yang merupakan dosen Manajemen di FE UST Yogyakarta. Sesi berikutnya dilanjutkan dengan pemaparan mengenai “Semangat Berwirausaha di Masa Pandemi” oleh Desy Tri Inayah, M.Pd., yang merupakan dosen Prodi Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga di FKIP UST Yogyakarta. Webinar diakhiri dengan sesi tanya jawab yang dimoderatori oleh anggota tim KKN, Adelia Rantika Sari.

Pada saat webinar berlangsung, peserta yang berjumlah 20 orang terlihat antusias dan mengikuti acara sampai dengan selesai. Berdasarkan hasil survei sebelum webinar dilaksanakan, diketahui bahwa masyarakat Dusun Butuh RW 09 Cucukan, Prambanan, Klaten, Jawa Tengah mengalami hambatan manajemen pemasaran digital pada usahanya. Selain itu, terdapat beberapa masyarakat yang memerlukan motivasi dan contoh penerapan kreativitas yang dapat dilakukan di era pandemi ini. Dalam pelaksanaan edukasi peserta cenderung lebih banyak dari pemuda-pemudi Dusun Butuh RW 09. Pada akhir sesi disimpulkan bahwa para peserta tampak memahami dengan baik pemaparan yang diberikan oleh penyaji. Sesi tanya jawab berjalan dengan baik dan diakhiri dengan foto bersama.

DISKUSI

Berdasarkan hasil dari webinar diketahui bahwa masyarakat masih belum familiar dengan istilah, teknik, tahapan serta variasi dalam manajemen pemasaran digital. Digital



marketing adalah adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial⁴. Penggunaan pemasaran digital dalam manajemen pemasaran tentu berbeda dengan bentuk pemasaran konvensional, misal menggunakan pamflet, baliho, dan iklan di media cetak. Karena pada situasi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) mobilitas masyarakat dibatasi sehingga berimbas pada ketidakefisienan penggunaan manajemen pemasaran dengan cara tradisional. Perubahan gaya hidup pada masyarakat yang bersandar pada *hand phone* dalam sarana transaksi jual beli juga membuat strategi manajemen pemasaran digital menjadi penting serta mendesak untuk dipelajari para wirausaha UMKM. Ditambah beberapa platform digital yang gratis serta cakupan pasar potensial yang menambah daya tarik penggunaan manajemen pemasaran dengan cara *online*. Webinar ini diharapkan dapat mendukung para wirausaha UMKM agar dapat menggunakan platform pemasaran digital dengan lebih baik, efektif dan efisien agar dapat bisnis mereka dapat bertahan di era pandemi ini.

Motivasi berwirausaha memang mengalami penurunan di masa pandemi ini karena banyaknya tantangan serta perlunya tahapan adaptasi ke gaya bisnis yang baru, tentu dengan berlandaskan teknologi. Tantangan yang muncul yaitu susahny keluar dari kebiasaan/ “zona nyaman” setelah pandemi berlangsung. Kesuksesan berwirausaha adalah kombinasi dari kepuasan individu terhadap pencapaian ekstrinsik yaitu aset finansial maupun intrinsik yaitu kepuasan batin⁵. Oleh karenanya, untuk mencapai kesuksesan berwirausaha dan mengatasi tantangan kebiasaan baru diperlukan pendampingan motivasi serta menerangkan betapa pentingnya kreativitas yang berpotensi menjadi pembeda produk yang dihasilkan oleh para wirausaha UMKM. Webinar ini diharapkan dapat menelurkan kreativitas-kreativitas yang mudah dilakukan dan bernilai ekonomis yang dapat dijual oleh para calon-calon wirausaha UMKM maupun yang sudah memiliki bisnis.

KESIMPULAN

Edukasi strategi digital marketing dan tips wirausaha pada masa pandemi di Desa Cucukan, Kecamatan Prambanan dilaksanakan dalam rangka meningkatkan keahlian berwirausaha serta memotivasi masyarakat untuk selalu bisa hidup mandiri. Pengabdian masyarakat ini sebagai salah satu bentuk implementasi ajaran Ki Hadjar Dewantara yaitu, “Opor Bebek Mateng Saka Awake Dhewe”. Filosofi tersebut merujuk pada ajaran bahwa manusia hendaknya mengupayakan hidup mandiri, bebas, dan merdeka. Aplikasi ajaran tersebut tentu termasuk mandiri dalam hal ekonomi, dengan cara berwirausaha. Namun, di masa pandemi ini perlu ada penyesuaian baru dari yang biasanya dilakukan. Salah satunya adalah dalam hal pemasaran melalui digital dan motivasi berwirausaha yang berbasis kreatifitas. Hal tersebut bertujuan agar UMKM dapat lebih eksis, berdaya saing, dan produk yang dihasilkan memiliki *adding value*. Penulis menyarankan untuk mengedukasi lebih lanjut kaitannya dengan penggunaan teknologi dalam bisnis agar dapat lebih efisien dan efektif dalam proses manajemen produksi, manajemen SDM, manajemen keuangan, dan manajemen

⁴ Dedi Purwana, R Rahmi, and Shandy Aditya, “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit,” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1, no. 1 (2017): 1–17.

⁵ Deby Austhi, “Motivasi Berwirausaha Dan Kesuksesan Berwirausaha Pada Wirausahawan Wanita Anne Avante,” *Agora* 5, no. 1 (2017): 1–5.



pemasaran.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan banyak terima kasih sebanyak-banyaknya pada: masyarakat Desa Cucukan, Kecamatan Prambanan, Klaten, Jawa Tengah atas antusiasme dan dukungannya dalam setiap tahap pengabdian masyarakat ini; Kepala LP3M Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa atas motivasinya; serta tim Panitia KKN Tematik COVID-19 “Dewantara Muda Tanggap COVID-19” atas saran yang membangun kepada penulis.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Aaker, David. “Four Ways Digital Works to Build Brands and Relationships.” *Journal of Brand Strategy* 4, no. 1 (2015).
- [2] Austhi, Deby. “Motivasi Berwirausaha Dan Kesuksesan Berwirausaha Pada Wirausahawan Wanita Anne Avante.” *Agora* 5, no. 1 (2017): 1–5.
- [3] Brahmabhatt, Kuldeep. “Ethical Marketing Communication in the Era of Digitalization.” *Indore Management Journal* 7, no. 2 (2015): 36–44.
- [4] Hadiwijoyo, Soenarno. *Ki Hadjar Dewantara Dalam Pandangan Para Cendekiawan Dan Mentri-mentrinya*. Yogyakarta: Majelis Luhur Persatuan Taman Siswa, 1989.
- [5] Munawaroh, Munjiati, Hasnah Rimiati, and Fajarwati. *Kewirausahaan Untuk Program Strata 1*. Yogyakarta: LP3M UMY, 2016.
- [6] Purwana, Dedi, R Rahmi, and Shandy Aditya. “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1, no. 1 (2017): 1–17.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN