

**STRATEGI PEMASARAN ONLINE PADA MARTABAK KUBANG DALAM RANGKA
MENINGKATKAN USAHA UMKM PADA SAAT NEW NORMAL**

Hayu Yolanda Utami¹⁾ Syailendra Eka Saputra²⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Sumatera Barat

hayuyudha@gmail.com

²⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Sumatera Barat

Syailendra@yahoo.com

Abstract

Online Marketing Strategies such as promotion via website and blogs. With this media traders can sell within 24 hours. On the web, merchants can explain in detail the product and services being sold. Therefore, it is necessary to have special abilities from business actors to be able to compete so that they can increase their sales. The purpose of this community service activity is to overcome partner problem, namely how online marketing strategies can increase sales of Martabak Kubang in Bukittinggi during the new normal era. The method used in the implementation of Online Marketing Strategies is in the form of presentation. The results obtained from the implementation of Online Marketing Strategies in increase sales through online marketing and be able to compete with other small and medium enterprises.

Keywords: *Online Marketing Strategies, Increase Sales, Other Small and Medium Enterprises*

1. PENDAHULUAN

Dampak dari pandemi sangat berpengaruh dalam segala aspek terutama pada kondisi kesehatan dan perekonomian suatu negara. Dengan adanya pandemi covid 19 tidak dapat dipungkiri bahwa perekonomian Indonesia sedang berada dalam kondisi tidak stabil. Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian. Terhambatnya aktivitas perekonomian secara otomatis membuat pelaku usaha melakukan efisiensi agar dapat meminimalisir kerugian akibat menurunnya penjualan.

Oleh karena itu pihak pemerintah dan masyarakat harus menemukan jalan keluar dari keadaan tersebut. Saat ini kondisi UMKM ditengah pandemi dalam keadaan lesu, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) berdampak mematikan berbagai aktivitas bisnis pelaku UMKM.

Berdasarkan atas Laporan e-Conomy SEA 2019 mengungkapkan bahwa Indonesia menjadi negara dengan nilai perekonomian digital terbesar dikawasan Asia Tenggara, melalui transaksi e-commerce yang artinya peluang berwirausaha secara online sangat menjanjikan di Indonesia. Terlebih dimasa

Pandemi dan new normal, jual beli secara online menjadi cara yang cukup efektif untuk dapat meningkatkan penjualan. Sejauh ini bisnis online tetap stabil bahkan dimulai sejak masa pandemi dan new normal sistem berbelanja secara online sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat karena dinilai praktis, hemat energi dan waktu, banyak pilihan serta mengurangi kontak fisik secara langsung.

Banyak aktivitas dan interaksi terjadi didunia maya (internet) membuat banyak pelaku UMKM mengandalkan cara ini untuk meningkatkan nilai jual dagangannya. Strategi pemasaran online seperti promosi melalui Website, Blog, Instagram, Facebook, Tiktok dimana dengan media tersebut pedagang dapat mengenalkan dan berjualan produknya dalam kurun waktu 24 jam. Dalam Web pedagan dapat menjelaskan secara rinci produk dan jasa yang dijual, sehingga mereka tidak hanya menunggu pembeli yang datang ketempat tetapi juga bisa pesan melalui online atau menelepon langsung kemasing-masing pedagang Martabak Mesir Kubang tersebut.

Selain itu dengan menjual secara online pedagang pun dapat lebih populer dalam waktu singkat apalagi jika dibarengi dengan promosi yang menarik dan berbeda sehingga bisa menjadi viral dimedia sosial dan masyarakat pun penasaran dan tertarik untuk mencoba Martabak Kubang tersebut, serta memiliki kesempatan untuk lebih dikenal lagi secara luas dan menjangkau keberbagai tempat yang sulit dijangkau jika hanya dilakukan penjualan secara offline.

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan adalah untuk mengatasi permasalahan mitra yaitu bagaimana strategi pemasaran secara online dapat meningkatkan penjualan Martabak Kubang di Bukittinggi pada era New Normal.

Strategi pemasaran merupakan rencana suatu perusahaan untuk bisa memperkenalkan brand seluas mungkin guna mencapai target pelanggan dan penjualan. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran. Pemasaran secara online adalah suatu bentuk usaha dari perusahaan yang bertujuan untuk memasarkan produk dan jasanya dan juga untuk membangun hubungan antara perusahaan dan pelanggan melalui internet (Kotler dan Amstrong, 2018).

2.IDENTIFIKASI MASALAH

Masalah prioritas ditetapkan bersama pihak pemilik usaha Martabak Mesir Putra Tanjung, Martabak Mesir NH Kubang dan Martabak Mesir Rafki Kubang. Bagaimana cara melakukan penerapan strategi pemasaran secara online sehingga dapat meningkatkan penjualan pada saat new normal. Adapun target yang ingin dicapai pada kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah mitra memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai pentingnya promosi online dalam meningkatkan penjualan dan mitra dapat mengaplikasikan pengetahuan yang

didapatkannya untuk meningkatkan penjualan pada masa new normal melalui promosi online sehingga dapat tetap bertahan dalam kondisi persaingan yang ketat.

3.METODELOGI PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan secara virtual karena pada saat dilaksanakannya kegiatan Indonesia sedang masa pemulihan dari pandemi covid 19 dan beralih ke new normal, Adapun lokasi mitra beralamat di jalan hafid tanah jua Bukittinggi, jalan Jorong nan 7 Bukittinggi dan jalan Sudirman Bukittinggi. Dosen yang memberikan penyuluhan terdiri dari dua orang dosen yang berasal dari prodi Pendidikan Ekonomi dan Prodi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat dan dibantu oleh 2 orang mahasiswa. Metoda yang digunakan dalam pengabdian ini adalah dalam bentuk penyuluhan materi. Strategi yang digunakan adalah dengan menggunakan metoda ceramah dan tanya jawab antara pemateri dengan mitra. Alat bantu yang digunakan dalam menyampaikan materi adalah dengan menggunakan power point dan media yang digunakan adalah Zoom.

4.HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan yang dilakukan bagi mitra UMKM Martabak Mesir Kubang di Kota Bukittinggi. Ini merupakan salah satu cara untuk untuk membantu UMKM menghadapi dampak dari wabah yang mendunia ini terhadap penjualan mereka, karena adanya penurunan jual beli akibat pembatasan

kegiatan sosial sehingga masyarakat mayoritas lebih banyak dirumah daripada berkumpul di restoran maupun tempat umum lainnya. UMKM juga harus mampu meningkatkan *service quality* agar mampu bersaing diantara banyaknya kompetitor dan keadaan pandemi ini.

Materi Pengabdian yang diberikan berkaitan dengan strategi pemasaran online seperti promosi lewat Website maupun Blog. Dengan media tersebut pedagang bisa berjualan dalam kurun waktu 24 jam. Dalam Web pedagang bisa menjelaskan secara rinci produk dan jasa yang dijual, sehingga mereka tidak hanya menunggu pembeli yang datang ke tempat tetapi juga bisa pesan melalui online atau menelepon langsung ke masing-masing pedagang martabak mesir kubang tersebut. Namun sebelum memulai membangun asset digital baik itu media sosial maupun website, pastikan agar tetap dapat dengan mudah diakses dan relevan dengan target pelanggan yang dituju.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui beberapa langkah, langkah pertama adalah tahapan persiapan. Pada tahapan ini yang dilakukan adalah tim pelaksana membuat jadwal dengan mitra pengabdian. Adapun langkah kedua dalam kegiatan ini adalah tahap pelaksanaan kegiatan dan langkah terakhir atau ketiga adalah melakukan observasi dan evaluasi untuk mengetahui seberapa besar pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan.

1. Proses Persiapan Kegiatan

Langkah awal dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini adalah melakukan pemantapan jadwal yaitu penentuan jadwal bersama yang disepakati antara mitra dengan Tim pengabdian. Hal ini dilakukan setelah usulan di setujui untuk dilaksanakan oleh Pihak Perguruan Tinggi. Berdasarkan hasil diskusi bersama mitra maka disepakati bahwa kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 19 Desember Pukul 10.00.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Ketika kegiatan berlangsung penjelasan materi dilakukan dengan menggunakan power point dan media yang digunakan adalah zoom meeting.

3. Tahap Akhir Kegiatan

Tahapan ini merupakan tahapan akhir dari kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah tahap observasi dan evaluasi. Ada 3 aspek kinerja yang di evaluasi yaitu aspek perencanaan, aspek pelaksanaan dan aspek hasil.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan atas Berdasarkan atas pelaksanaan kegiatan yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :1. Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 19 Desember 2020 dengan media zoom. 2. Kegiatan ini memiliki manfaat bagi mitra untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada mitra mengenai pentingnya promosi online dalam

meningkatkan penjualan.3. Kegiatan ini telah terlaksana dengan lancar dengan metode daring karena masih dalam new normal .

6. Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada mitra kami pihak pemilik usaha Martabak Mesir Putra Tanjung, Martabak Mesir NH Kubang dan Martabak Mesir Rafki Kubang yang telah bersedia meluangkan waktunya.

7. REFERENSI

Kotler dan Amstrong, (2018). Prinsip-Prinsip Marketing. Edisi ke tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.