

## PELATIHAN PEMASARAN PRODUK MENGGUNAKAN E-MARKETING SEBAGAI SOLUSI UNTUK MENGHADAPI DAMPAK VIRUS COVID-19 BAGI PEDAGANG KAKI LIMA DI KOTA SURAKARTA

Christiana Shinta Indhiarti<sup>1\*</sup>, Silvia Melinda Oktaviani<sup>2</sup>, Luki Eko Wahyudi<sup>3</sup>, Eskasari Putri<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Prodi Akuntansi/Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

<sup>2</sup>Prodi Manajemen/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

<sup>3</sup>Prodi Akuntansi/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

<sup>3</sup>Prodi Akuntansi/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Christiana Shinta Indhiarti\_b200180448@ums.ac.id

### Abstrak

#### Keywords:

Community  
dedication;street  
vendors;the training;  
e-marketing;Covid-  
19.

*Community dedication by the University of Muhammadiyah Surakarta aims to improve the welfare of the community, especially street vendors in Surakarta who are also affected by the current Covid-19 pandemic. Through an increased understanding of the use of the latest technology in product marketing, it is hoped that it can help the continuity of street vendors. The general benefit of this community dedication is to provide e-marketing training to street vendors in Surakarta City in marketing their products during the Covid-19 pandemic. Benefits community dedication directed for business continuity during the Covid-19 so that the standard of living and well-being public resolved. Training methods use lectures, training, and discussion. The training method emphasizes the practice of its application namely how to operate social media applications and market products on the platform using appropriate technology. The training will be conducted for six months. If a training activity has a good impact on the community, especially street vendors, there will be follow-up and other cooperation in a more academic direction.*

### 1. PENDAHULUAN

Indonesia saat ini sedang menghadapi pandemi virus COVID-19. Terhitung hingga hari ini, jumlah orang yang terinfeksi virus tersebut telah mencapai 83.130 ribu jiwa per tanggal 17 Juli 2020 menurut situs [www.kawalcovid19.id](http://www.kawalcovid19.id) juga obat dari virus ini belum ditemukan sampai sekarang. Data kasus yang makin bertambah dari hari ke hari ini membuat pemerintah mencanangkan gerakan *Social Distancing* dan *Physical Distancing*. Hal tersebut bertujuan untuk menekan tingkat penyebaran Virus Covid-19 yang dapat menular melalui interaksi sehari-hari masyarakat yang sulit diprediksi. Fenomena ini membuat pemerintah pusat dan daerah mengeluarkan keputusan Pembatasan

Sosial Berskala Besar (PSBB) guna memutus rantai penyebaran virus Covid-19 (Duta Mustajab, 2020). Masyarakat dilarang berinteraksi ditengah kerumunan semata-mata untuk mencegah bertambahnya korban yang terpapar virus ini. Dengan adanya PSBB ini, tentu saja mengakibatkan kegiatan ekonomi tersendat karena masyarakat dihimbau untuk tidak bekerja diluar rumah dan menerapkan sistem *Work From Home* (WFH) (Rindam Nasruddin, 2020).

Tersendatnya laju ekonomi mengakibatkan kerugian yang tak sedikit bagi negara. Pemerintah dipaksa menanggung kebutuhan pokok masyarakat yang tak bisa dipenuhi selama PSBB ini karena banyak pekerja yang terkena PHK dan pemotongan gaji akibat menurunnya roda ekonomi negara.

Bantuan yang disediakan pemerintah pun tak semata-mata bisa memenuhi kebutuhan masyarakat. Apalagi banyak bantuan yang tak tepat sasaran ini justru menambah rumitnya sistem penanganan Pandemi Covid-19 ini. Ditambah lagi masih banyak masyarakat yang belum sadar akan pentingnya *physical distancing* sehingga usaha untuk menekan rantai penyebaran Covid-19 ini sulit untuk terealisasi dengan baik. Akibatnya angka kasus pasien terpapar Covid-19 ini terus bertambah sampai saat ini.

Pemberlakuan PSBB juga berdampak pada menurunnya pendapatan masyarakat terutama mereka yang bekerja di sector informal. Kelompok sector informal adalah mereka yang bekerja sendiri tanpa bantuan orang lain, bekerja dengan bantuan buruh tidak tetap, bekerja dengan bantuan pekerja keluarga, dan mereka yang bekerja sebagai pekerja keluarga dan cenderung menggunakan sumber daya lokal dan tidak memiliki izin resmi. Seperti pedagang kaki lima, pekerjaan ini mengahruskan mereka untuk keluar rumah dalam menjajalkan dagangannya dengan cara berkeliling (Marhawati, 2020). Pedagang kaki lima biasa ditemukan di pusat keramaian seperti sekolah, alun-alun, dan pinggir jalan. Di situasi Covid-19 ini tentu saja pedagang kaki lima memiliki resiko yang cukup tinggi terpapar virus jika mereka tetap berjualan namun tidak dibarengi dengan protokol kesehatan. Penurunan pendapatan dan potensi gulung tikar di masa Covid-19 ini menyebabkan mereka harus memiliki strategi lain dalam berjualan agar dapat bertahan hidup dan kembali meningkatkan pendapatan seperti sebelumnya.

Oleh karena itu, perlu adanya solusi atas permasalahan yang dihadapi para pekerja di sector informal, terutama pedagang kaki lima. Melalui pelatihan mengenai strategi *e-marketing* mereka dapat mengembangkan usahanya dengan menjangkau masyarakat lebih luas (Muhammad Irfan Nasution<sup>1\*</sup>, 2017). Di masa Covid-19 menjadikan *e-marketing* sebagai strategi yang relevan dengan keadaan saat ini. Diharapkan para pedagang kaki lima mampu bertahan dan memperoleh pendapatan dengan lebih baik (Pelleng, 2017).

## 2. METODE

Pelaksanaan program adalah sebagai berikut :

### 1. Persiapan

Pada tahap ini, seluruh pihak yang bekerjasama mempersiapkan segala kebutuhan dan peralatan yang diperlukan dalam menjalankan kegiatan.

### 2. Sosialisasi

Pada tahap ini, akan diadakan sosialisasi tentang program pelatihan penyuluhan tentang *e-marketing* dan memberikan kiat-kiat mempromosikan produk secara online, menyediakan platform berupa forum jual beli secara online di lingkup daerah pedagang tersebut.

Dilakukan praktek langsung tentang bagaimana teknik mempromosikan produk secara online melalui aplikasi Instagram, facebook, dan lain-lain yang kreatif dan inovatif sehingga menarik minat beli masyarakat. Kegiatan ini akan diadakan secara terpusat di Alun-alun Kidul Surakarta. Acara pelatihan ini akan dihadiri oleh masyarakat yang berminat pada pelatihan pemasaran produk yang telah dipilih sebagai daerah sasaran. Selanjutnya, pedagang kaki lima diberikan pelatihan dalam memasarkan produk yang sudah dikemas dengan pemanfaatan teknologi yaitu komputer. masyarakat yang berminat pada pengembangan produk makanan akan mendapatkan pelatihan tentang pembuatan brand, desain kemasan dan strategi *e-marketing* guna mempromosikan serta mempublikasikan produk dagangan mereka. Terakhir ada pelatihan dalam pengolahan limbah hasil produksi sehingga tidak mencemari lingkungan sekitar wilayah desa.

Hal-hal yang perlu dipersiapkan:

- a. Alat yang digunakan antara lain: Laptop, LCD Proyektor dan screen, microphone, SmartPhone dan sound system.
- b. Bahan yang dibutuhkan adalah karton, mika, dan plastik transparan yang kemudian akan dibuat kemasan melalui jasa printing.

- c. Software corel draw untuk mendesain brand dan kuota internet untuk praktik e-marketing.
- 3. Monitoring dan evaluasi
  - a. Melihat perkembangan program yang telah dilaksanakan.
  - b. Mengetahui kendala yang ada dalam proses pelaksanaan program.
  - c. Mencari solusi terhadap masalah yang ada sehingga program yang dilaksanakan berjalan dengan efektif dan maksimal. Sedangkan tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui kekurangan dalam pelaksanaan program. Melalui proses evaluasi, kekurangan yang terjadi dalam pelaksanaan program dapat diperbaiki menjadi lebih baik.
- 4. Pelaporan
  - a. Pembuatan Laporan Awal  
Pembuatan laporan awal disesuaikan dengan hasil yang telah dicapai selama melakukan kegiatan pengabdian masyarakat.
  - b. Revisi Laporan  
Revisi laporan dilakukan apabila terdapat perkembangan baru saat program ini berlangsung atau telah selesai dilaksanakan.
  - c. Pembuatan Laporan Akhir  
Pembuatan laporan akhir dilakukan setelah melakukan revisi laporan agar dalam penyusunan laporan akhir diperoleh hasil yang lebih baik dari laporan awal.

7.	Pembinaan						
8.	Penyusunan laporan						X x
9	Evaluasi						X x

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Metode pelatihan diberikan bersamaan dengan pemaparan dilakukan oleh pengabdian dalam hal strategi pemasaran. Metode pelatihan ditekankan pada praktek penerapannya yaitu dengan bagaimana mengoperasikan aplikasi media sosial dan memasarkan produk di platform tersebut dengan cara teknologi tepat guna. Masing-masing peserta dibagi per kelompok yang diketuai satu orang peserta lain sebagai koordinator. Untuk menguji bahwa masing-masing kelompok sudah menguasai kemampuan yang diajarkan, per kelompok dipersilahkan memberikan simulasi atau testimoni hasil kerjanya pada kelompok lain. Keberhasilan kelompok ini jika hasil kerjanya sesuai dengan standar yang ditentukan. Standart yang ditentukan adalah sesuai dengan teori pemasaran dan produk.
2. Pelatihan dilaksanakan pada saat pengabdian berlangsung, dan akan di monitoring oleh tim Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M). Nanti akan dilaksanakan evaluasi terhadap perkembangan di masyarakat. Nanti akan dilaksanakan penyuluhan.
3. Target kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah bapak-bapak dan ibu-ibu serta muda-mudi yang memiliki usaha dagang kaki lima, Kota Surakarta. Bidang yang menjadi pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan adalah untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat melalui model pemecahan masalah dengan cara memberikan pelatihan bagaimana strategi produksi produk yang sesuai dengan kualitas produk di pasaran.

**Tabel 2.** Jadwal Kegiatan

NO	KEGIATAN	Okt	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
		2020	2020	2020	2020	2020	2020
		I ii iii iv	I ii iii iv	I ii iii iv	I ii iii iv	I ii iii iv	I ii iii iv
1.	Survey dan observasi	X x					
2.	Penyusunan proposal	X x	X x				
3.	Pembuatan makalah		X x				
4.	Penyuluhan materi			Xx	Xx		
5.	Pelatihan				X x		
6.	Pendampingan					X x	

#### 4. KESIMPULAN

Dari Pelatihan di lokasi pengabdian tersebut, akan dilaksanakan tahapan selanjutnya atau tindak lanjut berupa penyuluhan dan kerjasama lain ke arah yang lebih akademis.

Masyarakat Berpenghasilan Rendah  
[Journal] // JURNAL SOSIAL DAN  
BUDAYA SYAR-I. - 2020. - p. 7.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Dosen kami, Ibu Eskasari Putri selaku dosen pembimbing
3. Masyarakat sekitar Alun-alun Kidul Surakarta yang telah mengizinkan kami melaksanakan acara ini
4. Pedangang Kaki Lima di wilayah Kota Surakarta yang telah bersedia mengikuti kegiatan ini

**REFERENSI** Duta Mustajab Azies Bauw, Abdul Rasyid, Andri Irawan\*, Muhammad Aldrin Akbar, Working from Home Phenomenon as an Effort to Prevent COVID-19 Attacks and [Journal] // THE INTERNATIONAL JOURNAL OF APPLIED BUSINESS. - 2020. - p. 1.

Marhawati Analisis Pendapatan Pedagang Kaki Lima Sektor Informal Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar [Journal] // JEKPENDJurnal Ekonomi dan Pendidikan Volume 3. - 2020. - pp. 68-76.

Muhammad Irfan Nasution1\* Muhammad Andi Prayogi1 PEMBINAAN PENGELOLAAN MANAJEMEN USAHA DAN [Journal] // JPKM. - 2017. - p. No. 2.

Pelleng Frendy A. O. ANALISIS KARAKTERISTIK, PENDAPATAN DAN EFISIENSI USAHA [Journal] // Jurnal Administrasi Bisnis. - 2017.

Rindam Nasruddin Islamul Haq Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan