

PROPOSAL
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)

IMPEMENTASI DIGITAL MARKETING DI ERA SOCIETY 5.0 PADA RT 22
KELURAHAN PASIR PUTIH KOTA JAMBI



TIM PENGUSUL:

RAHMI HANDAYANI SE.,M.S.Ak
NIDN : 1002059101

RATIH ROSITA SE.,ME
NIDN : 1011118603

WELLA SANDRIA SE.,M.S.c
NIDN : 1007048403

Dibiayai Oleh :
Dipa Universitas Muhammadiyah Jambi Tahun Anggaran 2021/2022

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LPPM)
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI

2021

HALAMAN PENGESAHAN

1. **Judul Penelitian** : Workshop Pembuatan *Bussiness Plan* Model Canvas Dalam Pengembangan Agribisnis Lokal Lahan Gambut Di Tangkit Baru
2. **Jenis Kegiatan** : Pengabdian Internal
3. **Tim Penelitian**
 - a. Ketua Tim Peneliti
 - Nama : Rahmi Handayani SE.,M.S.Ak
 - NIDN : 1002059101
 - Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - Program Studi : Manajemen
 - Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 - HP/ Email : 085266447030/ handayani.rahmi@gmail.com
 - b. Anggota
 - Nama : Ratih Rosita SE.,ME
 - NIDN : 1011118603
 - Jabatan Fungsional : Lector
 - Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 - c. Anggota
 - Nama : Wella Sandria SE.,M.S.c
 - NIDN : 1007048403
 - Jabatan Fungsional : Lector
 - Program Studi : Manajemen
 - Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. **Lokasi Kegiatan** : Kelurahan Pasir Putih, Kota Jambi
5. **Lama Kegiatan Penelitian** : 4 Bulan
6. **Biaya Total Penelitian** : **Rp. 1.500.000,-**
 - a. Dana UM Jambi : Rp. 1.500.000,-
 - b. Dana Institusi Lain : -

Jambi, 20 November 2021

Menyetujui,
Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Jambi

Ketua Tim Peneliti



(Ermaini, SE, MM)
NIDN: 1016027301

(Rahmi Handayani SE.,M.S.Ak)
NIDN: 1002059101

Mengetahui,
Ketua LPPM
Universitas Muhammadiyah Jambi

(Prima Audia Daniel, SE, ME)

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang mulai masuk ke Indonesia pada awal tahun 2020 menyebabkan melambatnya berbagai kegiatan bisnis. Pandemi Covid-19 juga berdampak besar bagi usaha bisnis yang berskala mikro, kecil, dan menengah, terutama UMKM yang menjalankan bisnisnya secara konvensional. Ekonomi masyarakat menurun, terutama sejak adanya kebijakan pemerintah dengan mengeluarkan peraturan mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka mengurangi penyebaran virus Covid-19.

Selama PSBB, terjadi pengaturan pembatasan jumlah karyawan yang bekerja, pengurangan jam operasional saat bekerja di luar, sehingga masyarakat lebih banyak melakukan pekerjaannya dari rumah. Hal ini menyebabkan banyak UMKM mengalami kerugian besar, dan bahkan juga banyak UMKM harus mengalami gulung tikar. Penyebabnya adalah minimnya pengetahuan UMKM mengenai teknologi sehingga mereka sulit untuk beradaptasi. Menurut Jatmika (2016), UMKM merupakan kesempatan bisnis yang produktif, yang berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi, namun masih minimnya pengetahuan berbisnis dan kesulitan dalam permodalan sehingga mereka sulit untuk mengembangkan usahanya.

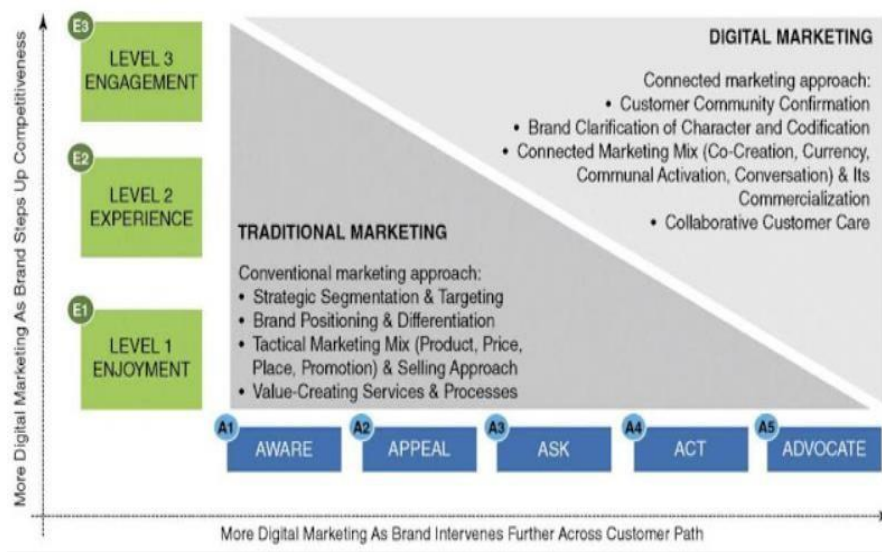
Menurut Rosita (2020), Pandemi Covid-19 menyebabkan banyak sektor usaha terpuruk terutama UMKM. Saat ini, jumlah masyarakat yang terkena virus Corona semakin meningkat, menyebabkan risiko bisnis menjadi meningkat. Meningkatnya risiko bisnis juga dirasakan oleh UMKM Limun Sari Buah yang bergerak dalam produksi minuman limun.

UMKM Kecamatan pasir putih merupakan perusahaan kelompok yang didirikan pada tahun 2000, yang mana pada awalnya hanya arisan warga. Kemudian pada tahun 2006, berubah nama UMKM bina masyarakat pasir putih. Produksi yang dihasilkan adalah berupa limun dengan rasa *orange-cruiser*, *sarsaparilla*, dan *cream-soda*. Penjualan limun tersebut dilakukan per krat, 1 krat berisi 24 botol dengan ukuran 600 ml.

Pelanggan lamanya adalah depot minuman, yang penjualannya dilakukan secara konvensional melalui metode *door-to-door* atau *salesman*, dengan jumlah karyawan tetap 2 orang dan warga sekitar sekitar 15 orang. Wilayah pemasarannya masih terbatas di daerah sekitar Pasir Putih, Tanjung Lumut dan Tangkit. Adapun bahan baku yang diperlukan adalah air gula, *essence*, pewarna, sari buah, dan mesin CO2.

Krisis bisnis menyebabkan penjualan limun menurun karena berkurangnya konsumen seiring dengan maraknya wabah Covid-19, pemutusan hubungan kerja, dan pembatasan sosial. Penurunan penjualan limun sulit dihindari karena cara penjualannya yang masih tergolong konvensional. UMKM bina masyarakat pasir putih belum memiliki pengetahuan mengenai pemasaran *online*. Menurut (Adiawaty, 2019), perbedaan generasi akan mempengaruhi perilaku bisnis, generasi *baby-boomers* cenderung menyukai cara berjualan melalui tatap muka dengan para pembeli.

Konsep Pemasaran 5.0 (Kotler et al, 2019)



Menurut (Rohimah, 2019), pada era Revolusi Industri 4.0, banyak pemilik usaha yang tidak dapat melanjutkan usahanya karena mereka masih menawarkan produknya secara konvensional. Pada era 4.0 ini, kegiatan pemasaran suatu produk dapat dilakukan melalui pemanfaatan media internet. Setiap orang yang mempunyai kegiatan usaha dapat melakukan kegiatan pemasaran atas produknya dengan mudah, cepat, dan memiliki jangkauan pemasaran yang luas, karena tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu.

Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jambi akan memberikan pelatihan mengenai *digital marketing* kepada UMKM bina masyarakat pasir putih untuk memperluas pangsa pasarnya melalui pemasaran *digital*. Pemasaran *digital* merupakan kegiatan pemasaran melalui media internet, internet telah menjadi aktivitas manusia di era 4.0. Menurut Purwana, *et. al* (2017), *digital marketing* merupakan usaha untuk memperkenalkan merek kepada masyarakat dengan menggunakan media digital. Berdasarkan Gambar, terlihat bahwa konsep pemasaran 5.0 adalah mengubah pemasaran tradisional menuju ke pemasaran digital dengan keuntungan dalam mengatasi daya saing melalui merek yang lebih dikenal masyarakat, sehingga secara langsung akan meningkatkan jumlah konsumen.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Pelaksanaan PKM ini dibagi menjadi dua tahapan, yaitu tahapan solusi di bidang pemasaran dan tahapan solusi di bidang diversifikasi varian produk.

Tahapan Solusi di Bidang Pemasaran

Pada tahapan ini, upaya yang dilakukan oleh Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jambi adalah memberikan pelatihan dengan topik: Strategi dan Implementasi *Digital Marketing* di Era 4.0 melalui *webinar*. *Webinar* tersebut dikemas dalam bentuk video yang interaktif sehingga mudah untuk dipahami, karena *webinar* ini merupakan langkah awal bagi Tim Abdimas memperkenalkan manfaat dan cara memasarkan produk secara digital. Di dalam *webinar* ini, juga dilakukan diskusi dan sesi *sharing* dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Program Studi S-1 Akuntansi, yang telah berhasil menjual produknya dengan menggunakan media internet. Target peserta *webinar* adalah pemilik dan tenaga pemasar yang tidak hanya memasarkan produknya secara konvensional, melainkan juga dapat memasarkan produknya secara digital sesuai dengan perkembangan era 5.0 dan Pandemi Covid-19.

Tahapan Solusi di Bidang Diversifikasi Varian Produk

Solusi di bidang diversifikasi varian produk minuman limun juga perlu dilakukan dalam upaya untuk memenuhi selera konsumen yang disesuaikan dengan situasi saat terjadinya Pandemi Covid-19. Dalam tahapan ini, Tim UM Jambi melakukan survei terhadap beberapa responden selaku konsumen, mengenai jenis minuman yang menjadi pertimbangan untuk dibeli pada saat terjadinya Pandemi Covid-19.

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat UMKM bina masyarakat pasir putih melakukan investigasi mengenai tujuan dari khalayak mitra untuk meningkatkan penjualannya, yang mana pada tahapan ini Tim Abdimas dapat merumuskan permasalahan mitra. Pada tahap selanjutnya, Tim UM Jambi mengajukan usulan mengenai solusi atas permasalahan kepada mitra. Adapun tahapan solusi permasalahan yang disetujui oleh mitra dikategorikan menjadi dua bagian, yaitu tahapan solusi di bidang pemasaran dan tahapan solusi di bidang diversifikasi produk. Tahap akhir dari kegiatan abdimas ini adalah pelaksanaan evaluasi untuk mengukur keberhasilan dari kegiatan Abdimas yang telah dilakukan.

Partisipasi Mitra

Mitra di dalam kegiatan Abdimas ini adalah UMKM bina masyarakat pasir putih, yang merupakan sebuah produsen minuman limun. Kegiatan Pengabdian Masyarakat UM Jambi mendapat dukungan dari mitra untuk pelaksanaan *webinar* mengenai strategi dan implementasi *digital marketing* di era 5.0. Besar harapan mitra, setelah kegiatan *webinar* ini UMKM Limun Sari Buah dapat menerapkan pemasaran digital dalam rangka memperoleh pangsa pasar yang baru, sehingga penjualan produknya dapat meningkat.

ANGGARAN BIAYA

Adapun ringkasan anggaran biaya dalam pengabdian kepada masyarakat ini ditampilkan dalam Tabel berikut :

Tabel Anggaran Biaya Pengabdian

No.	Rincian Biaya	Jumlah Biaya (Rp)
1.	Honorarium	
	- Ketua Rp. 800.000	500.000
	- Anggota (2 orang) @ Rp200.000	400.000
2.		

	Bahan dan peralatan kegiatan	100.000
	- Bahan habis pakai (kertas, tintaprinter, Spanduk)	
3.	Pelaksanaan Ceramah, Diskusi & Pelatihan	200.000
	- Konsumsi (snack) : 20 orang x Rp.10.000	
	- Makalah untuk peserta: 20 orang x Rp 5.000x 1hari	100.000
4.	Biaya Transportasi	100.000
5.	Laporan Kegiatan	100.000
JUMLAH		Rp. 1.500.000

Terbilang : Satu Juta Lima Ratus Ribu Rupiah

REFERENSI

- Adiawaty, S. (2019). Tantangan perusahaan mengelola perbedaan generasi karyawan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(3), 376-382.
- Erdisna, Ganefri, Ridwan, Efendi, R., & Masril, M. (2020). Effectiveness of entrepreneur digital learning model in the industrial revolution 4.0. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9 (3), 5611-5616.
- Jatmika, R. T. D. (2016). Masalah yang dihadapi usaha kecil menengah di indonesia. *Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 2(6).
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan omset penjualan melalui diversifikasi produk dan strategi promosi pada umkm kerajinan souvenir khas palembang. *Caradde: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36-43.<https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Hooi, D. H. (2019). *Marketing 4.0: moving from traditional to digital in asian competitor*. World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd. https://doi.org/10.1142/9789813275478_0004
- Lesmana, I. P. D., Widiawan, B., & Hartadi³, D. R. (2018). Pengembangan pemasaran online kerajinan anyaman bambu antirogo jember melalui media internet. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1),17-24.
- Prastyaningtyas, E. W., & Arifin, Z. (2019). Pentingnya pendidikan kewirausahaan pada mahasiswa dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai upaya menghadapi revolusi 4.0. *Proceedings of the ICECRS*, 2(1), 281-286. <https://doi.org/10.21070/picecrs.v2i1.2382>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kelurahan malaka sari, duren sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1),1-17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Rohimah, A. (2019). Era digitalisasi media pemasaran online dalam gugurnya pasar ritel konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91-100. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1931>
- Rosita, R. (2020). Pengaruh pandemi covid-19 terhadap umkm di indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109-120.<https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Suhartono Chandra & Richard Andrew.(2018). Peran media sosial dalam strategi komunikasi pemasaran di sebuah perguruan tinggi swasta di jakarta barat. 2(2), 535-542

