

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING SWK WONOREJO PASCA PANDEMI

Arif Zeinfiki Djunaedi ¹, Diah Ekaningtias ², Laely Aghe Africa ³, Zubaidah Nasution ⁴, Iqbal Ramadhani Mukhlis ⁵

1,2,3,4,5 Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Jl. Wonorejo Utara No.16, Surabaya

Email: arif.zeinfiki@perbanas.ac.id¹, diah_eka@perbanas.ac.id², laely.aghe@perbanas.ac.id³, zubaidah@perbanas.ac.id⁴, iqbal.ramadhani@perbanas.ac.id⁵

Abstrak

Tingginya ekspektasi pertumbuhan kewirausahaan ini juga menjadi tujuan Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya dalam menumbuhkan perekonomian karena dapat berkontribusi pada penciptaan lapangan pekerjaan. Secara umum gambaran lokasi Sentra Wisata Kuliner Wonorejo memiliki luas sebesar 350,75 meter persegi di Jalan Kendalsari dan berada pada wilayah kelurahan Wonorejo kecamatan Rungkut, serta menaungi 20 pelaku usaha. Pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat ini menggunakan metode pelatihan, diskusi, umpan balik kepada Pelaku UMKM SWK Wonorejo Surabaya. Pelatihan menitikberatkan pada kemampuan digital marketing pelaku UMKM terutama pada Website SWK Wonorejo.com, Google Business dan Instagram Target luaran antara lain : terciptanya lingkungan usaha yang bersih, higienis dan menarik dari SWK Wonorejo, Mengenalkan SWK Wonorejo pada pasar online melalui media sosial yang terkelola dengan baik dan memiliki website, Meningkatkan penjualan SWK Wonorejo dan memudahkan pedagang berjualan di kondisi pandemic, UMKM SWK Wonorejo memiliki pengetahuan manajemen usaha, Publikasi artikel pada jurnal yang terkait.

Kata Kunci : Digital Marketing, SWK Wonorejo

Abstrac

This high expectation of entrepreneurial growth is also the goal of the Surabaya City Government (Pemkot) in growing the economy because it can contribute to job creation. In general, the description of the location of the Wonorejo Culinary Tourism Center has an area of 350.75 square meters on Jalan Kendalsari and is located in the Wonorejo village area, Rungkut sub-district, and houses 20 business actors. The implementation of this Community Service program uses the method of training, discussion, and feedback to SMEs in SWK Wonorejo Surabaya. The training focuses on the digital marketing capabilities of MSME actors, especially on the SWK Wonorejo.com, Google Business and Instagram Websites. Outcome targets include: creating a clean, hygienic and attractive business environment from SWK Wonorejo, Introducing SWK Wonorejo to the online market through well-managed social media and have a website, Increase sales of SWK Wonorejo and make it easier for traders to sell in pandemic

conditions, UMKM SWK Wonorejo has knowledge of business management, Publish articles in related journals

Keyword : Digital Marketing, SWK Wonorejo

PENDAHULUAN

Pada era digital seperti saat ini kebutuhan Usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) dalam beradaptasi dengan teknologi digital merupakan sebuah keharusan. Kehadiran teknologi digital dapat mempermudah bisnis dalam meraih pasar yang sulit terjangkau. Sedangkan bagi konsumen, teknologi menciptakan pasar yang lebih informatif serta lebih memanjakan bagi para konsumen karena menghadirkan opsi produk yang lebih variatif. Teknologi juga terbukti memberikan solusi bagi para pelaku UMKM di masa pandemic dengan memudahkan mereka menjangkau pasar yang sulit dilakukan saat terjadi pembatasan perdagangan. Teknologi digital juga mendorong para pelaku UMKM untuk lebih inovatif dan kreatif dalam menyajikan produk agar tampil lebih menarik dan diterima pasar.

Melihat pada kontribusinya, dikatakan UMKM memberikan sumbangsih yang luar biasa besar pada perekonomian Indonesia, terlihat pada sumbangsih nilai Gross Domestic Product (GDP) sebesar 61,07% dan kontribusi penyerapan lapangan pekerjaan sebesar lebih dari 90% (2021, Siaran Pers Kemenkominfo). Berdasarkan data global bisnis guide (2016) 99% mayoritas bisnis di Indonesia berasal dari Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) serta memberikan kontribusi sekitar 95% dari lapangan pekerjaan yang ada di Indonesia. Pemerintah perlu memberikan perhatian lebih kepada UMKM karena kebijakannya bersentuhan langsung dengan para pelaku usaha. Dalam paparan Kementerian Perekonomian (2021) kewirausahaan merupakan bagian dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) yang diharapkan tumbuh pada sebesar 3 hingga 4% pada tahun 2024.

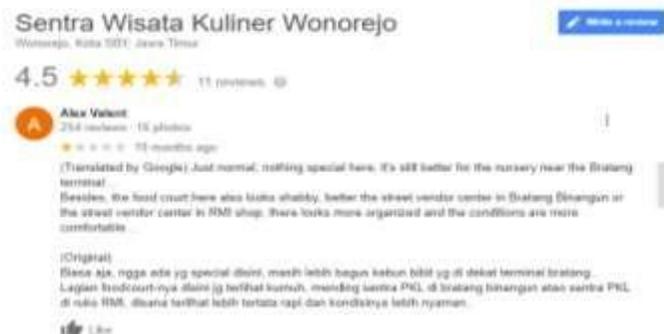
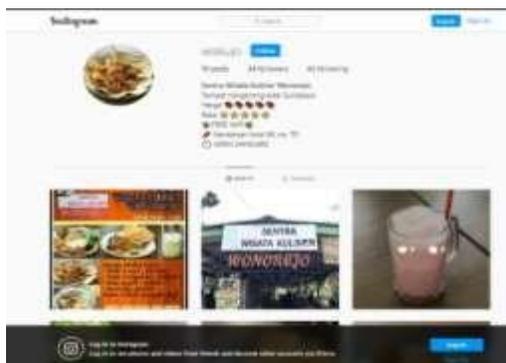
Tingginya ekspektasi pertumbuhan kewirausahaan ini juga menjadi tujuan Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya dalam menumbuhkan perekonomian karena dapat berkontribusi pada penciptaan lapangan pekerjaan. Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia dengan penduduk lebih dari 3 juta dan salah satu pusat perdagangan di Indonesia. Hal tersebut tentu memiliki potensi yang besar dalam nilai ekonomi. Memanfaatkan potensi tersebut, peningkatan perekonomian warga kota Surabaya menjadi bagian dari fokus kebijakan pemkot Surabaya. Adapun langkah Pemkot Surabaya dalam mendorong peningkatan kewirausahaan dapat dilihat melalui pemberian pelatihan dan penyediaan sarana tempat berusaha. Salah satu perwujudan wadah usaha yang diberikan Pemkot Surabaya adalah dengan digagasnya Sentra Wisata Kuliner (SWK) yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat (Perda Surabaya, 2014). Diketahui di seluruh Kota Surabaya terdapat total 44 Sentra yang dibuat pemerintah kota, dengan Sentra Wisata Kuliner Wonorejo sebagai salah satu sentra di wilayah Surabaya selatan.



Gambar 1 Lokasi Sentra Wisata Kuliner Wonorejo

Secara umum gambaran lokasi Sentra Wisata Kuliner Wonorejo memiliki luas sebesar 350,75 meter persegi di Jalan Kendalsari dan berada pada wilayah kelurahan Wonorejo kecamatan Rungkut, serta menaungi 20 pelaku usaha (2021, Bappeko). Lokasi ini memiliki potensi pengunjung yang sangat besar sekali, mengingat lokasi dari SWK ini bersebelahan dengan Taman Kebun Bibit Wonorejo, serta daerah perumahan dan pertokoan yang padat dan ramai. Selain itu lokasi taman juga memiliki fungsi sebagai taman hijau dan tempat melepas kelelahan serta taman bermain anak bagi masyarakat Surabaya.

Kondisi terkini sejak pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat karena Covid 19, penjualan di SWK Wonorejo menurun drastis. Hal ini juga dipengaruhi oleh kebiasaan para pelaku usaha yang hanya mengandalkan pendapatan berjualan dengan kondisi normal atau *offline*. Dalam laporan yang disaring melalui aspirasi para pedagang yang diwakili oleh oleh Bapak Poniman selaku ketua Paguyuban SWK Wonorejo, peningkatan kualitas UMKM yang berada pada SWK Wonorejo menemui banyak kendala. Kendala tersebut diantaranya adalah adanya pedagang tidak resmi yang berada disekitar kebun bibit. Kemudian area stand yang atapnya terlalu rendah serta penataan ruang gerak pengunjung kebun bibit yang dirasa tidak strategis untuk mendorong daya jual para pedagang.



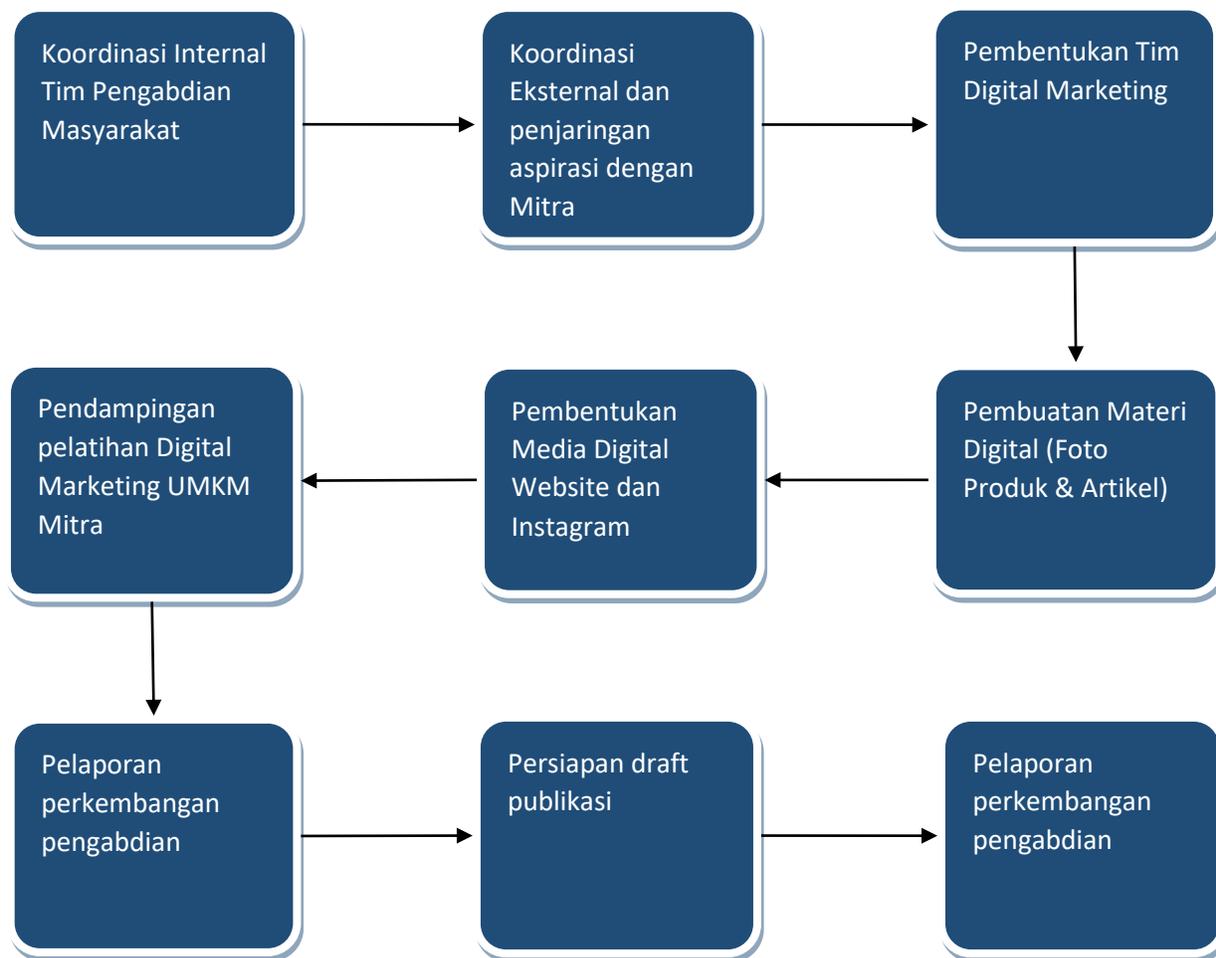
Gambar 2 Media Sosial Sentra Wisata Kuliner Wonorejo

Berdasarkan kondisi yang telah teruraikan tersebut, tim pengabdian masyarakat berkeinginan untuk membantu mitra (SWK Wonorejo) dalam meningkatkan volume penjualan dengan cara memperbaiki citra digital SWK Wonorejo yang sudah ada melalui website, perbaikan Instagram serta perbaikan Google Business. Perbaikan citra yang kami lakukan salah satunya juga dengan memperbaiki tampilan foto produk. selain itu, tim kami juga akan membantu melatih secara bertahap para pelaku UMKM SWK Wonorejo agar lebih bisa beradaptasi dengan teknologi digital.

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah sebagai berikut : Media sosial Sentra Wisata Kuliner Wonorejo yang tidak dikelola dengan baik, Para pelaku usaha yang tidak terbiasa dengan digital marketing, Mitra SWK ingin perbaikan prasarana dan perubahan pintu masuk kebun bibit. Tujuan dari program pengabdian masyarakat ini adalah: Memperbaiki citra digital SWK Wonorejo, Mendampingi pelatihan digital UMKM SWK Wonorejo. Manfaat dari program pengabdian masyarakat ini adalah: SWK Wonorejo memiliki branding digital yang lebih baik dari sebelumnya. Para pelaku UMKM SWK Wonorejo memiliki kemampuan digital marketing yang lebih baik.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat ini menggunakan metode pelatihan, diskusi, umpan balik kepada Pelaku UMKM SWK Wonorejo Surabaya. Pelatihan menitikberatkan pada kemampuan digital marketing pelaku UMKM terutama pada Website SWKWonorejo.com, Google Business dan Instagram.



Gambar 3 Kerangka Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3.1 Target dan Luaran Kegiatan

No	Masalah Mitra	Target/Luaran	Capaian Luaran
1.	Mitra SWK ingin perbaikan prasarana dan perubahan pintu masuk kebun bibit	Terciptanya lingkungan usaha yang bersih, higienis dan menarik dari SWK Wonorejo	Pelatihan dan penyuluhan telah dihadiri oleh minimal 10 orang pedagang

-
- | | | |
|----|---|---|
| 2. | Para pelaku usaha yang tidak terbiasa dengan digital marketing | Mengenalkan SWK Wonorejo pada pasar online melalui media sosial yang terkelola dengan baik dan memiliki website. |
| 3. | Media sosial Sentra Wisata Kuliner Wonorejo yang tidak dikelola dengan baik | Meningkatkan penjualan SWK Wonorejo dan memudahkan pedagang berjualan di kondisi pandemi. UMKM SWK Wonorejo memiliki pengetahuan manajemen usaha. |
-

Berikut beberapa foto kegiatan yang telah dilaksanakan :

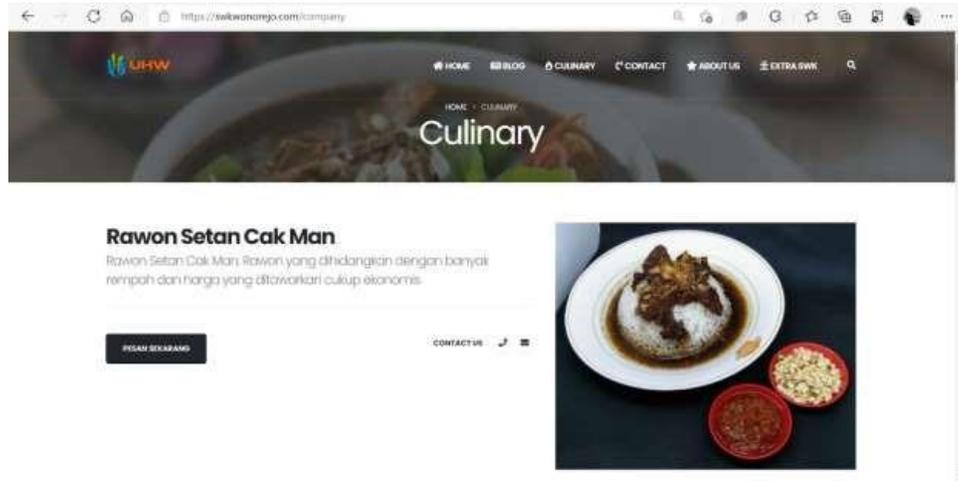


Gambar 4 : Koordinasi dengan mitra



Gambar 5 : Koordinasi dengan mitra





Gambar 7 : Tampilan Digital Marketing setelah dikelola

KESIMPULAN

Pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat ini menggunakan metode pelatihan, diskusi, umpan balik kepada Pelaku UMKM SWK Wonorejo Surabaya. Pelatihan menitikberatkan pada kemampuan digital marketing pelaku UMKM terutama pada Website SWK Wonorejo.com, Google Business dan Instagram. Target luaran antara lain : terciptanya lingkungan usaha yang bersih, higienis dan menarik dari SWK Wonorejo, Mengenalkan SWK Wonorejo pada pasar online melalui media sosial yang terkelola dengan baik dan memiliki website, Meningkatkan penjualan SWK Wonorejo dan memudahkan pedagang berjualan di kondisi pandemic, UMKM SWK Wonorejo memiliki pengetahuan manajemen usaha. Sedikit hambatan adalah Kurangnya minat para pedagang dalam mengelola marketing digital, sehingga untuk sementara marketing digital dibantu oleh para Mahasiswa dalam pelaksanaan dan perawatan

DAFTAR RUJUKAN

- BAPPEKO. (2021). Profil Sentra Wisata Kuliner Wonorejo. <https://bappeko.surabaya.go.id/ecobis/swk/48>. Data diunduh pada 2 agustus 2021.
- Global Business Guide. (2016). Indonesia SMEs: Increased Government Support to Overcome Challenges. http://www.gbgingonesia.com/en/main/why_indonesia/2016/indonesia_smes_in

creased_government_support_to_overcome_challenges_11603.php. Data diunduh pada 2 agustus 2021.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. 2021. Siaran Pers UMKM menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. HM.4.6./103/SET.M.EKON.3/05/2021.

Peraturan Daerah Surabaya. 2014. Peraturan Daerah Kota Surabaya No.9