Strategi Pemasaran Online bagi UMKM Dapur Farida di Masa Pandemi

Rivga Agusta, S.IP., M.A.
Dosen dan Sekretaris
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta)

TAHUN 2020 merupakan tahun yang cukup berat dilalui oleh UMKM yang ada di Indonesia. Adanya pandemi covid-19 pada tahun tersebut mengakibatkan banyaknya UMKM yang mengalami penurunan pendapatan dan bahkan gulung tikar. Secara spesifik, salah satu dampak pandemi covid-19 yang telah menghantam UMKM adalah sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah terdampak pandemi virus corona (Covid-19). Kebanyakan koperasi yang terkena dampak Covid-19 bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Para pengelola koperasi merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal dan terhambatnya distribusi. (Thaha, 2020) UMKM kuliner Dapur Farida adalah salah satu UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta yang merasakan imbas dari adanya pandemi covid-19. Dapur Farida mengalami penurunan omzet dikarenakan berkurangnya customer yang membeli kuliner apem, nasi box, dan kue-kue lainnya. Sasaran customer dari Dapur Farida adalah sekolah-sekolah dan juga kegiatan perkumpulan warga yang umumnya membutuhkan snack kecil sebagai konsumsi kegiatan.

Sejak awal Maret 2020, sekolah-sekolah banyak yang ditutup dan dilaksanakan secara online demi mengurangi persebaran virus covid-19. Begitu pula dengan acara-acara perkumpulan, sudah banyak berkurang bahkan dilarang dilakukan. Pemilik Dapur Farida sempat banting setir untuk berjualan barang-barang loak untuk dapat tetap bertahan hidup.UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri di dalam perkembangan bisnis yang ada karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perkembangan zaman. (Hardilawati, 2020) Dengan keterbatasan pemahaman atas teknologi dan strategi pemasaran digitial, Dapur Farida tetap mencoba dan berusaha untuk melakukan penjualan melalui media sosial pribadi dengan mengunggah foto-foto produknya.

Namun demikian, usaha tersebut tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap pemesanan produk kulinernya.Mengacu pada permasalahan yang dialami oleh UMKM kuliner Dapur Farida ini, maka sebagai bentuk program pengabdian masyarakat untuk membantu bangkitnya perekonomian UMKM pada masa pandemi Covid-19, Rivga Agusta, Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta melakukan program "Edukasi Pemasaran Online UMKM Kuliner Dapur Farida di Yogyakarta".

Program ini dilakukan untuk untuk memberi pendampingan, pengetahuan, dan wawasan kepada UMKM Dapur Farida sebagai mitra dalam program ini. Metode yang dilakukan dalam program ini antara lain dengan workshop online maupun offline, serta pendampingan online melalui media sosial.Dalam pelaksanaan program edukasi pemasaran online kepada UMKM Dapur Farida, terdapat beberapa hal terkait pemasaran media sosial yang menjadi materi utama. Salah satunya adalah pemahaman akan pentingnya media sosial. Media Sosial merupakan teknologi berbasis internet yang memfasilitasi percakapan. Perbedaan pokoknya dengan aplikasi web tradisional adalah pada platform berupa content creation, content upload, networking, coversing, media sharing, dan bookmarking. Kemudian, Secara garis besar, media sosial dapat dikelompokkan menjadi lima macam egocentric sites (memungkinkan pengguna untuk membuat profil), community sites (membangun komunitas di dunia virtual), opportunistic sites (memfasilitasi bisnis), passioncentric sites (berhubungan dengan sesama peminat tertentu), dan media sharing sites (berbagi konten gambar, audio, dan video).

Selain pemahaman mengenai pentingnya media sosial, dalam memberi pendampingan kepada UMKM juga perlu diajarkan mengenai hal-hal yang mendukung suksesnya pemasaan media sosial. Terdapat empat elemen yang mendukung hal tersebut, antara lain: 1) Content Creation, karea dalam melakukan strategi pemasaran di sosial media pembuatan konten suatu produk haruslah menarik .Konten yang menarik menjadi landasan strategi dalam melakukan pemasaran media sosial; 2) Content Sharing, karena memperluas jaringan bisnis berbagi konten bisa dapat membantu untuk memperluas suatu jaringan bisnis online. penjualan tidak langsung dan langsung dapat terjadi berbagi konten tergantung konten yang di bagikan; 3) Connecting, karena dengan jejaring sosial memungkinkan seseorang dapat bertemu dengan orang lain yang memiliki minat yang sama dan bahkan bisa membentuk suatu kelompok dengan hubungan yang luas seseorang dapat membangun relasi untuk banyak bisnis lainnya, kejujuran dan hati-hati harus sangat diperhatikan; 4) Word Of Mouth adalah komunikasi dari orang ke orang antara sumber pesan penerima pesan di mana penerima pesan menerima pesan dengan suka rela mengenai suatu produk, pelayanan atau merek.

Dengan pemberian edukasi mengenai pemasaran online, khususnya dengan strategi pemasaran di media sosial, UMKM di Indonesia seperti Dapur Farida dapat mengoptimalkan fitur-fitur dalam media sosial. Melalui pembuatan konten yang apik dan konsisten serta melakukan sharing informasi merupakan kunci dalam proses pemasaran yang optimal pada masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini. Semoga dengan banyaknya edukasi terkait pemasaran online kepada UMKM-UMKM seperti ini, kesulitan UMKM untuk bertahan di masa pandemi dapat teratasi dengan lebih baik. (*)

Mimbar Legislatif

Bank Jateng Perlu Upaya Digitalisasi

KOMISI C DPRD Jateng tertarik dengan penerapan sistem digitalisasi di Bank DKI Jakarta yang disinergikan dengan BUMD. Program tersebut dinilai mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan pengelolaan keuangan BUMD bidang perbankan. Ini sangat cocok jika diterapkan di Jateng.

Hal tersebut disampaikan Ketua Komisi C DPRD Provinsi Jateng Bambang Haryanto, kepada wartawan usai diskusi dengan Bank DKI Jakarta, Senin (15/11) di Jakarta.

KR-Budiono

Bambang Haryanto

Dikui keunggulan Bank DKI adalah pemanfaatan digitalisasi yang sudah terkoneksi dengan pemerintah daerah, dalam hal ini OPD (Organisasi Perangkat Daerah), termasuk dengan BUMD.

Dalam hal sinergi, Bank DKI bersama beberapa BUMD yang ada melaksanakan program dan kegiatan secara bersama. Hal ini yang belum dilakukan oleh Bank Jateng. Komisi C berharap penerapan digitalisasi dan sinergi dengan BUMD tersebut juga dapat diterapkan oleh Bank Jateng.

Bank Jateng diminta untuk membuat berbagai terobosan dengan pemanfaatan informasi teknologi (IT) di era digitalisasi ini.

Melihat kemajuan di Bank DKI tersebut, Komisi C DPRD Jawa Tengah akan mendorong Bank Jateng untuk segera masuk ke program digitalisasi, yang nantinya bisa diconectkan dengan BUMD yang ada di Jawa Tengah.

Dengan langkah tersebut diharapkan Bank Jateng akan mampu mengcover berbagai kegiatan di BUMD. Bukan hanya dari visi soal keuangansaja, tetapi juga dari pemanfaatan IT. **(*)**

(Disampaikan oleh Ketua Komisi C DPRD Jateng Bambang Haryanto kepada wartawan KR Biro Semarang, Budiono Isman)

Untung Sudarto Jabat Irwasda Polda Jateng

SEMARANG (KR) - Kapolda Jateng Irjen Pol Ahmad Luthfi mengingatkan saat ini Polri menghadapi kegiatan yang fluktuatif di lapangan. Dimulai dari memelihara stabilitas kamtibmas hingga penanganan pandemi Covid-19. Pesan itu disampaikan pada pelantikan pejabat baru Irwasda Polda Jateng yang telah ditingggalkan pejabat lama, Selasa (16/11) di ruang kerja Kapolda Jateng berlangsung secara sederhana dan prokes ketat. Pejabat baru Irwasda Kombes Pol Untung Sudarto semula Irbidjemensdm ll Itwil ll Itwasum Polri.

Sedangkan pejabat lama Brigjen Pol Mashudi sekarang menjabat sebagai Kapus INAFIS Bareskrim Polri. Dikatakan Itwasda merupakan backbone di bidang pengawasan internal Polri. Kegiatan-kegiatan kepolisian di lapangan harus mendapat pengawasan dan audit ketat agar bisa terlaksana sesuai dengan perencanaan.

"Saat ini Polri menjadi tulang punggung dalam pengamanan negara termasuk penanganan pandemi Covid-19. Untuk itu, bidang itwasda berperan untuk memeriksa dan mengingatkan semua lini agar program kerja terlaksana sesuai yang diharapkan," ucap Ahmad Luthfi.

KR-Karyono

Suasana pelantikan Irwasda Polda Jateng.

Tantangan yang dihadapi Polda Jateng saat ini membutuhkan dedikasi semua anggota baik di bidang pembinaan maupun operasional.

Untuk itu setiap anggota diminta tampil profesional dalam memberikan dan memberikan teladan yang baik kepada masyarakat.

Terkait dengan amanat yang diberikan negara pada setiap pejabat, Ahmad Luthfi *wanti-wanti* agar dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab dan dedikasi tinggi. **(Cry)**

Ratu Adil ..... Sambungan hal 1

Saya tidak membicarakan apakah berbagai ramalan dalam kitab tersebut benar atau tidak, berhubungan dengan berbagai kejadian di Indonesia apa tidak. Misalnya, pada tahun 1930, Soekarno menyebut Ratu Adil dalam risalahnya Indonesia Menggugat. Dalam risalah tersebut Soekarno menyebut dan berdoa akan datang Ratu Adil di Indonesia yang akan menyelamatkan rakyat Indonesia dari penderitaan. Beberapa tahun kemudian, Soekarno menjadi presiden.

Pemahaman tentang Ratu Adil adalah akan datangnya seorang tokoh (dalam keyakinan agama disebut sebagai Imam Mahdi), yang akan menyelamatkan atau menolong rakyat dari penderitaan, bencana yang menimpa, dan sebagainya. Tulisan ini tidak membicarakan persoalan tersebut, tetapi membicarakan pengunaan Ratu dan Adil itu sendiri, terutama dalam kaitannya dengan politik Ratu Adil.

Dari sejarah dan semantika kebahasaan, pengertian dan penggunaan Ratu tidak dimaksudkan untuk perempuan atau laki-laki. Kata Ratu tidak berjenis kelamin. Kata itu bisa dikenakan untuk laki-laki atau perempuan. Banyak pemimpin pada masa lalu, baik laki-laki maupun perempuan, bergelar Ratu. Ratu diartikan secara umum sebagai pemimpin, kemuliaan, sebagian mengartikannya sebagai kelembutan, kehalusan, bahkan kesantunan.

Tidak dapat dipastikan kapan kemudian pengertian Ratu bergeser menjadi dan dikaitkan dengan pengertian feminin atau keperempuanan. Mungkin sekitar akhir abad ke-19 atau awal abad ke-20. Kemudian, banyak kata kepemimpinan bergeser menjadi Raja untuk laki-laki, dan Ratu jika perempuan. Pengertian Raja dan Ratu masuk dalam perangkap bias *gender*. Masih kuatnya budaya patriarki menempatkan kepemimpinan sebagai suatu konteks yang tidak cocok untuk kelembutan atau kehalusan.

Tentu, terdapat desain politisasi *gender* untuk keperluan politik. Kekuasaan politik digiring untuk percaya bahwa politik identik dengan dunia keperkasaan, kegagahan, atau sesuatu yang *macho*. Kini, perangkap politisasi *gender* tersebut menyulitkan untuk membawa kembali bahwa pada dasarnya politik bukan sekadar dunia keperkasaan dan kegagahan, tetapi lebih dari itu adalah dunia kelembutan, kehalusan, dan kesantunan.

Jika politik hanya dikaitkan dengan dunia keperkasaan dan kegagasan, politik berjalan tanpa kesantunan yang memadai. Politik lebih sebagai *menang-menangan* dengan filosofinya sendiri. Sementara itu, jika politik juga mengakui etik kelembutan, kehalusan, dan kesantunan, politik berjalan secara proporsional. Pertama, kemampuannya membebaskan diri dari bias patriarki. Kedua, adanya keseimbangan antara keperkasaan dan kegagahan di satu sisi, dan kelembutan, kehalusan, dan kesantunan di sisi yang lain.

Persoalan kedua, rakyat sedang menderita atau menghadapi bencana dan akan datang Ratu Adil yang akan menyelamatkan. Ramalan seperti itu sebenarnya sesuatu yang tidak produktif. Dikatakan tidak produktif karena rakyat dibiarkan menunggu, pasif, tetapi tetap memiliki harapan. Hal ini sebenarnya lebih semacam tipuan ideologis. Rakyat dikondisikan untuk bersabar, tidak perlu melakukan aksi dan reaksi, karena Ratu Adil akan datang menolong sesuai dengan waktunya.

Ramalan itu juga telah merendahkan kemampuan rakyat. Seolah rakyat tidak memiliki kemampuan untuk mengubah dan mangatasi situasi menjadi baik. Karena dianggap tidak mampu, maka bersabarlah karena tak lama lagi akan datang Ratu Adil yang akan menolong.

Hal yang lebih parah adalah bahwa ramalan itu seolah mendikte masa depan sesuai yang dimaksud ramalan. Nanti, jika ramalan itu tidak sesuai, akan banyak penjelasan yang membelanya, karena ternyata rakyat tidak sedang menghadapi bencana penderitaan.

(Penulis adalah Kaprodi Magister Sastra FIB UGM.)

Ganjar . . .. Sambungan hal 1

"Saya menyampaikan terima kasih pada semua yang berpartisipasi. Mereka hebat dan kita bisa melangkah bersama untuk lebih baik dalam rangka protokol kesehatan ini," tegas Ganjar.

Menteri Kesehatan Budi Gunadi Sadikin memberikan apresiasi kepada semua pihak termasuk gubernur, bupati/walikota dan pelaku usaha makanan yang menerapkan protokol kesehatan di tempatnya masing-masing. Menurutnya, itu adalah upaya membantu percepatan pemulihan perekonomian di Indonesia. **(Bdi)** -d

Bisa ..... Sambungan hal 1

Menuju Pemulihan Ekonomi dan Pembangunan Berkelanjutan di Tengah Era Pandemic'. Konferensi menghadirkan keynote-speaker Wakil Presiden RI KH Ma'ruf Amin, Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati, Menteri BUMN Eric Thohir dan para pembicara antara lain Muhammad Aqil Irham (Kepala Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal), Ita Rulina (Direktur Keuangan Syariah Bank Indonesia).

Ma'ruf Amin secara daring mengatakan, Pemerintah Indonesia secara serius mendorong majunya ekonomi dan keuangan syariah untuk mendukung pemulihan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan. **(Dev)-d**